

CENTRO DE TECNOLOGIA DA INDÚSTRIA QUÍMICA E TÊXTIL

FACULDADE SENAI CETIQT

CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN DE MODA

GIOVANNA SCHEID PEREIRA

MULHERES DA COLINA:

Uma Coleção Para a Loja do Vasco da Gama

Rio de Janeiro

2025

GIOVANNA SCHEID PEREIRA

MULHERES DA COLINA:

Uma Coleção Para A Loja Do Vasco Da Gama

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design de Moda, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharelado em Design de Moda.

Orientadora: Luisa Helena Silva Meirelles

Rio de Janeiro

2025

**Dados de catalogação-na-publicação (CIP), conforme Código de
Catalogação Anglo-Americano (AACR)**

Pereira, Giovanna Scheid.

P436m

Mulheres da Colina: Uma coleção para a loja do Vasco da Gama /
Giovanna Scheid. – Rio de Janeiro – RJ, 2024.

X(Total de folhas antes da introdução, em algarismos romanos),
100(Total de páginas do trabalho).

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de
Moda) Faculdade SENAI CETIQT, Rio de Janeiro – RJ, 2024.

Orientadora: Prof. Luisa Helena Silva Meirelles.

Inclui referências.

1. Design de Moda. 2. Athleisure. 3. Gigante da Colina. I. Título. II.
Meirelles, Luisa Helena Silva. III. Faculdade SENAI CETIQT.

CDU: 391:659+796.022.7

Ficha catalográfica preenchida pelo aluno, e revisado pela Biblioteca SENAI
CETIQT. Bibliotecário: Robson Soares Cruz / CRB 7ª n° 6475

GIOVANNA SCHEID PEREIRA

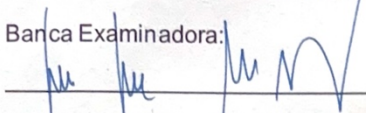
MULHERES DA COLINA:

Uma Coleção para a Loja do Vasco da Gama

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design de Moda, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design de Moda.

Data de Aprovação: 01/07/2025.

Banca Examinadora:


Luisa Helena Silva Meirelles

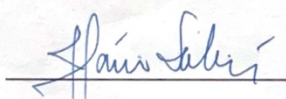
Mestre em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC- Rio

Docente, SENAI CETIQT


Cristiane de Souza dos Santos de Carvalho

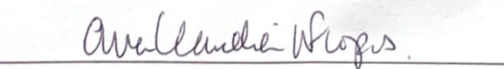
Mestre em Ciências Cardiovasculares, Universidade Federal Fluminense

Docente, SENAI CETIQT


Flávio Glória Caminada Sabrá

Doutor em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro PUC - Rio

Professor e Diretor de Ensino - IFRJ campus Belford Roxo


Ana Cláudia Lourenço Ferreira Lopes
Coordenadora de Graduação e Ensino Técnico

Dedico este TCC à minha família
que tanto me apoiou nesta jornada e ao meu time do coração Vasco da Gama
que me inspirou a construir este trabalho

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a minha orientadora e professora da graduação Luisa Meirelles por toda paciência e dedicação ao longo deste trabalho. Agradeço também, a modelista e costureira Flavia Andrade por todo o cuidado dedicado à produção do protótipo e ao amigo Willis Elias e sua empresa Kompessão Textil, que sublimaram e forneceram os tecidos que deram vida ao meu trabalho.

Um agradecimento especial para as minhas amigas Livia Maria, Caroline Queiroz e Carolina Martins que foram minhas maiores companheiras durante estes anos de graduação e são amigas que levarei com carinho para a vida toda. Não posso deixar de agradecer minhas melhores amigas Maria Eduarda e Rafaela por todo o suporte e amizade durante os momentos mais difíceis, e ao Marcos, que foi meu parceiro nessa caminhada e me ajudou a fazer um lindo editorial.

Agradeço a minha mãe por todo o amor, paciência, parceria e apoio em todos os momentos felizes e desafiadores dessa jornada e ao meu pai por toda a preocupação e carinho que me ajudaram a chegar até aqui, não posso deixar de agradecê-lo por ter me feito vascaína, uma paixão que carregamos juntos e que me inspirou a fazer este trabalho. Agradeço aos meus irmãos gêmeos Sophia e Raphael que sempre estão comigo e são meus grandes companheiros de vida.

Agradeço por fim a minha avó Lia, que foi uma verdadeira artista que me ensinou o amor pelas artes manuais e foi minha grande inspiração para seguir na área do Design de Moda.

"Enquanto houver um coração infantil, o Vasco será imortal."

(Américo Oliveira Cachiço)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo central a criação de uma coleção de dez *looks* de moda feminina para a loja do Clube de Regatas Vasco da Gama. Para alcançar o objetivo, a metodologia utilizada foi o estudo mercadológico do cenário de produtos femininos em lojas de clubes, seguido por um olhar atento sobre os produtos femininos da loja Gigantes da Colina. Em seguida, a História e os elementos identitários do clube foram revisitados e explorados para a criação do conceito da coleção e por fim, para atingir as necessidades das consumidoras, foi realizada uma pesquisa de interesse com o público-alvo para levantar informações relevantes para a construção das peças. A partir das pesquisas, a coleção desenvolvida seguiu a linha do estilo *athleisure*, mesclando o *sportwear* clássico advindo da necessidade de uma coleção para um time de futebol com o estilo casual, versátil para o cotidiano das torcedoras. O resultado foi uma coleção que une elementos da tradição portuguesa do clube com a estética contemporânea do *athleisure*.

Palavras-chave: Design de moda, Vasco da Gama; *athleisure*; Gigante da Colina.

ABSTRACT

This work primarily aims to create a collection of ten women's fashion looks for the Clube de Regatas Vasco da Gama store. To achieve this goal, the methodology used involved a market study of the landscape of women's products in club stores, followed by a close analysis of the women's products available in the store. Next, the club's history and identity elements were revisited and explored to develop the collection's concept. Finally, to meet consumer needs, a survey was conducted with the target audience to gather relevant information for designing the pieces. Based on the research, the developed collection followed the *athleisure* style, blending classic sportswear (stemming from the need for a soccer team collection) with casual, versatile styles suitable for fans' everyday lives. The result was a collection that combines elements of the club's Portuguese tradition with the contemporary aesthetics of *Athleisure*.

Keywords: Fashion Design, *Women Collection*; Vasco da Gama; *athleisure*; Gigante da Colina.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	MODA FEMININA E FUTEBOL.....	13
2.1	Aumento de consumidoras de moda esportiva de clubes	13
2.2	Produtos femininos em lojas de clubes	14
2.3	Panorama das lojas	15
3	PESQUISA DE MERCADO - GIGANTE DA COLINA.....	18
3.1	Histórico da marca	18
3.2	Mix de marketing.....	19
3.3	Pesquisa de consumo.....	27
4	DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO	37
4.1	Pesquisa de tendências.....	37
4.2	Pesquisa de referências	39
4.3	Pesquisa de elementos técnicos	43
4.4	Desenvolvimentos.....	46
4.4.1	Conceito da coleção	46
4.4.2	Cartela de cores.....	49
4.4.3	Cartela de aviamentos	50
4.4.4	Cartela de tecidos	51
4.4.5	Planejamento	53
4.4.6	Release Técnico	53
4.4.7	Processo Criativo.....	53
4.4.9	Fichas de Desenvolvimento.....	64
4.4.10	Desenvolvimento de Protótipo	87
4.4.11	Ficha técnica.....	89
4.4.11	Editorial	91
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	93
	REFERÊNCIAS	94
	ANEXO	97
	APÊNDICE	99

1 INTRODUÇÃO

Moda e esporte, duas temáticas aparentemente distintas, serão abordadas nesse trabalho para desenvolver uma coleção de roupas femininas para a Loja do Clube de Regatas Vasco da Gama “Gigante da Colina”.

A torcida vascaína é uma das maiores do Brasil e conta com milhares de torcedoras apaixonadas pelo clube. Apesar do aumento e da crescente participação das mulheres no meio do futebol, como verificado no último relatório da *Women and Sport da IBOPE Repucom (2025)*, ainda existem muitas desigualdades neste meio quando comparamos ao público masculino. A falta de oferta e de variedade de produtos femininos na loja oficial do Vasco, a “Gigante da Colina”, é um dos principais fatores que ilustra essa diferença.

A partir desse fato, o objetivo desse trabalho será criar uma coleção feminina para a loja e trazer peças unem a moda esportiva à identidade do clube, e dar destaque a esse público feminino que cresce anualmente nos estádios e que pouco é notado pelas lojas de clubes brasileiros, nos quais o foco fica majoritariamente restrito a roupas para o público masculino. Este tema, permeia a vida da autora, que é torcedora fanática do clube, e frequentadora do estádio de São Januário, desde a infância e sempre teve vontade de consumir os produtos da loja do clube, mas pouco era atraída pelas peças ofertadas para mulheres.

Outro fator que impulsionou a escolha deste tema, foi a possibilidade de trabalhar com moda esportiva, que é um dos interesses principais da autora, somado à oportunidade de abordar o futebol que, além de ser um desejo pessoal, é o esporte mais conhecido no mundo e mais valorizado no Brasil. Neste trabalho, será explorado no âmbito da moda, o sentimento que liga as torcedoras ao esporte e sobretudo ao clube.

O presente trabalho irá utilizar como fontes de inspiração marcas esportivas nacionais e internacionais, que possuam propostas criativas semelhantes as que serão empregadas nessa coleção. A proposta é unir elementos e estratégias interessantes e de sucesso de outras marcas esportivas a essa coleção para a Gigante da Colina.

O embasamento e desenvolvimento do trabalho foi dividido em dois momentos. O primeiro contou com pesquisas teóricas e gerais sobre o cenário mercadológico de

produtos femininos na loja do Vasco e nas lojas de clubes do Rio de Janeiro, a fim de entender a situação atual do mercado e da loja a ser trabalhada. Após isso, foi realizada uma pesquisa com o público-alvo da coleção, feita para embasar a etapa de criação com as necessidades das consumidoras. E no segundo momento, há a parte prática de construção dos dez *looks*, reunindo as experiências e processos que levaram a construção do conceito final da coleção e das peças. Esta metodologia permitiu o aprofundamento de conteúdos, conceitos e ideias que possibilitaram a estruturação dos trabalhos em capítulos que serão descritos a seguir.

O segundo capítulo é composto de uma pesquisa inicial sobre o tema. Nessa parte, foram exploradas a relação entre as torcedoras e o clube, juntamente com dados acerca do aumento do público feminino como consumidor de futebol.

O terceiro capítulo apresentará os atuais produtos oferecidos pela loja Gigantes da Colina, evidenciando o mix de marketing e, além disso, contará com a pesquisa de público-alvo.

O quarto capítulo aborda o conceito central da coleção e as ideias centrais para a construção dos croquis. Será elaborado neste capítulo a pesquisa de tendências e de referências assim como a escolha dos tecidos, até a prototipagem e produção final da coleção.

Por fim, a conclusão apresenta os resultados e experiências obtidos ao final do trabalho.

2 MODA FEMININA E FUTEBOL

Este capítulo traça um paralelo entre as conquistas femininas no meio esportivo do futebol ao crescente interesse das mulheres nesse meio e como esse aumento não se converte em oferta de produtos.

2.1 AUMENTO DO PÚBLICO FEMININO COMO CONSUMIDORES DE MODA ESPORTIVA DE CLUBES

A participação de mulheres no meio esportivo tem aumentado gradativamente ao longo dos anos, seja como atletas, como profissionais de televisão ou como torcedoras. Segundo dados do último relatório *Women and Sport da IBOPE Repucom* (2025), o interesse feminino por esportes aumentou 20% desde a última pesquisa realizada em 2020.

No futebol, a presença feminina nos estádios não é restrita a atualidade, já na década de 50, Dulce Rosalina, figura 1, torcedora fanática do Vasco da Gama, se tornou a primeira mulher no Brasil a comandar uma torcida organizada, a TOV, Torcida Organizada do Vasco, e foi a vencedora do concurso de melhor torcedor do país da edição de 1961, de acordo com a matéria de Leda Costa “As arquibancadas da torcedora. A presença feminina nos estádios brasileiros” para o Blog do Juca (2017).

Figura 1: Foto da torcedora Dulce Rosalina.



Fonte: UOL. Blog do Juca (2016).¹

Segundo Leda Costa (2016), a pesquisa realizada pela agência Box 1824 (2016) em parceria com a Rádio Globo sobre a relação entre torcedor e mídia ouviu 900 pessoas residentes do Rio de Janeiro e de São Paulo sobre a pauta dos hábitos

¹ Disponível em: Acesso em: <https://blogdojuca.uol.com.br>

como torcedor e o resultado mostrou que 38% das mulheres entrevistadas frequentam os estádios pelo menos uma vez ao mês, entre os homens esse percentual é de 41%. Além disso, 59% das entrevistadas afirmam assistir a jogos de futebol ao menos duas vezes por semana, contra 40% dos homens. Resultados esses, que ressaltam um interesse semelhante entre homens e mulheres por esse esporte

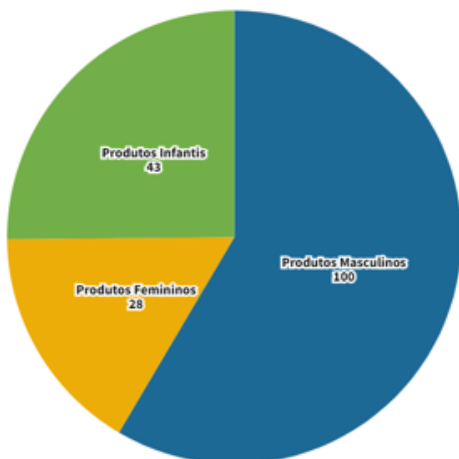
De acordo com Leda Costa (2016), o aumento do interesse das mulheres pelo futebol também se verifica por meio da criação de torcidas organizadas femininas como a Jovem Fla Pelotão Feminino (Flamengo), a Dragões da Real (São Paulo Futebol Clube), a Galoucura Feminina (Atlético Mineiro) e a Camisa 12 (Vasco da Gama). Além das torcidas organizadas, há coletivos virtuais de mulheres interessadas pelo esporte como o perfil de Instagram “Dibradoras” com pautas voltadas para o futebol e para o universo esportivo sobre um viés feminino.

2.2 PRODUTOS FEMININOS EM LOJAS DE CLUBES

Apesar do aumento do engajamento das mulheres no futebol, a quantidade de produtos oferecidos para esse público não é correspondente a esse aumento, como mostram os gráficos apresentados nas figuras 2, 3 e 4. De acordo com a matéria de Arthur Vilela e Francisco da Silveira (2021), no portal ESPM jornalismo, disponível em anexo, menos de 17% dos produtos nas lojas de clubes cariocas são destinados ao público feminino.

Figura 2: Gráfico dos produtos por categoria.

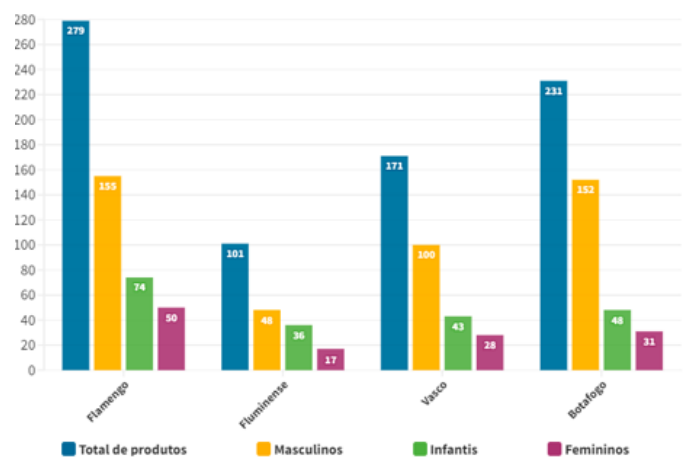
Número de produtos por categoria na Shop Vasco



Fonte: Portal ESPM Jornalismo (2021)

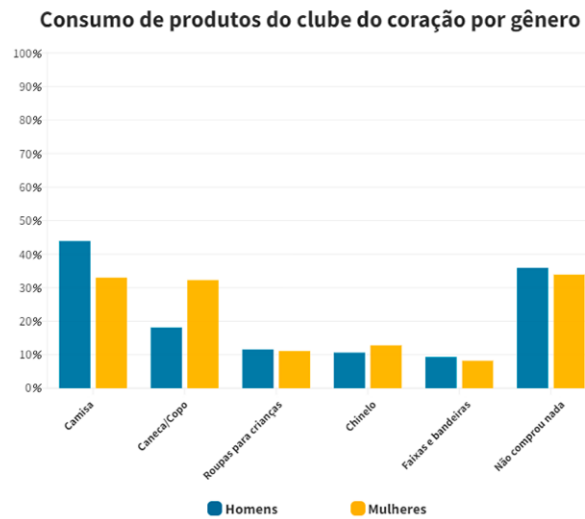
Figura 3: Gráfico produtos em lojas de clubes.

Proporção dos produtos nas lojas dos clubes cariocas



Fonte: Portal ESPM Jornalismo (2021)

Figura 4: Gráfico consumo de produtos por gênero.



Essa diferença entre o número de produtos masculinos e femininos disponíveis nas lojas não é compatível com o cenário atual do público consumidor do esporte, onde a participação feminina cresceu significativamente.

Além disso, essa diferença não se justifica por fatores mercadológicos já que, como apresentado na figura 4, é possível perceber que o número de produtos adquiridos por mulheres e homens é bem similar, ou seja, as mulheres têm grande potencial de consumo nesse setor, porém não possuem grande oferta de produtos destinados a elas.

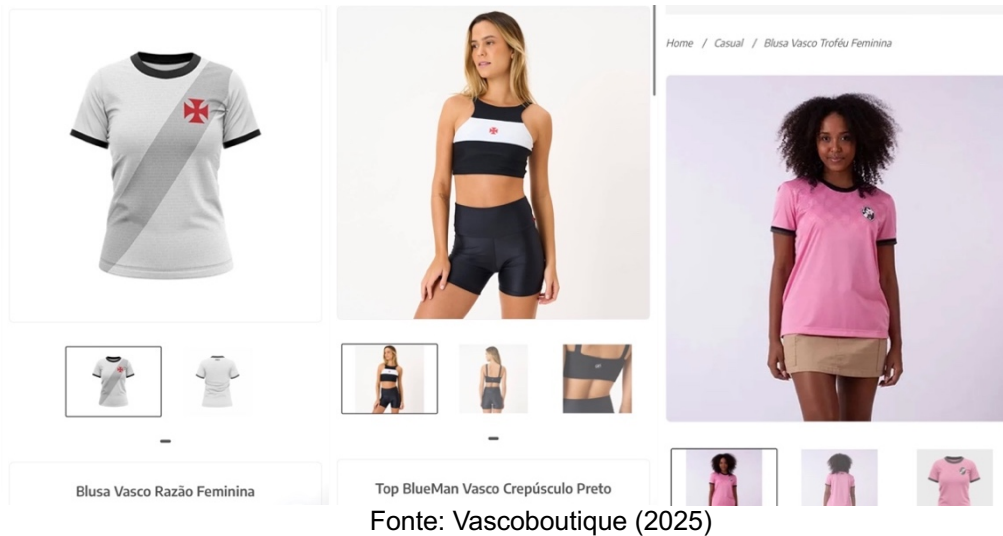
2.3 PANORAMA DAS LOJAS

Ao analisar os produtos de linhas femininas vendidos nas lojas dos clubes brasileiros, além da pouca variedade de produtos, observam-se produtos com design básico, insuficiente e com pouquíssimas inovações.

Na loja *online* do Vasco (2024), encontram-se disponíveis, na sessão casual feminina, apenas produtos básicos como camisas, regatas e *tops*. (figura 5).

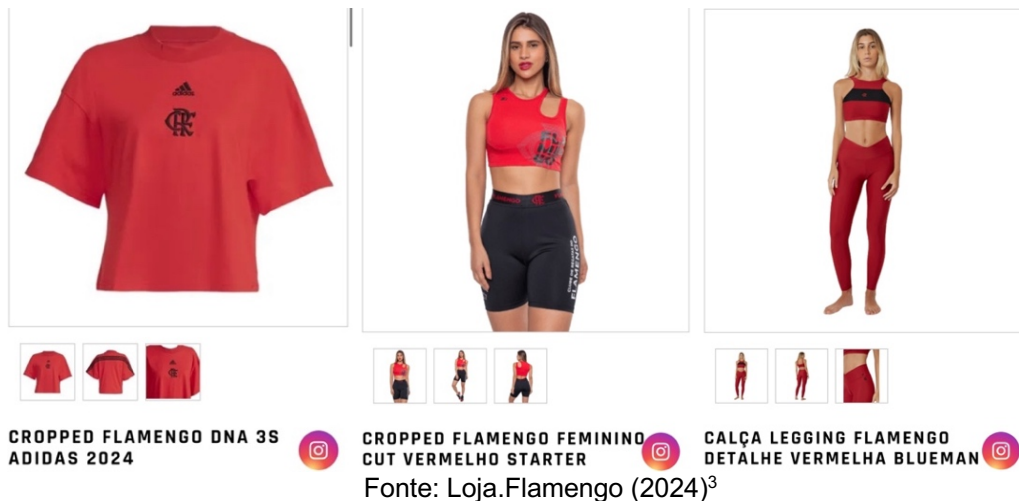
² Disponível em: <https://jornalismo.ESPM.br>. Acesso em: 10 fev. 2025.

Figura 5: Produtos disponíveis na loja *online* do Vasco da Gama.



Na loja do Flamengo é possível encontrar uma variedade de produtos um pouco maior (figura 6), com produtos que utilizam um design mais elaborado, explorando recortes, contudo ainda há pouca variedade de peças.

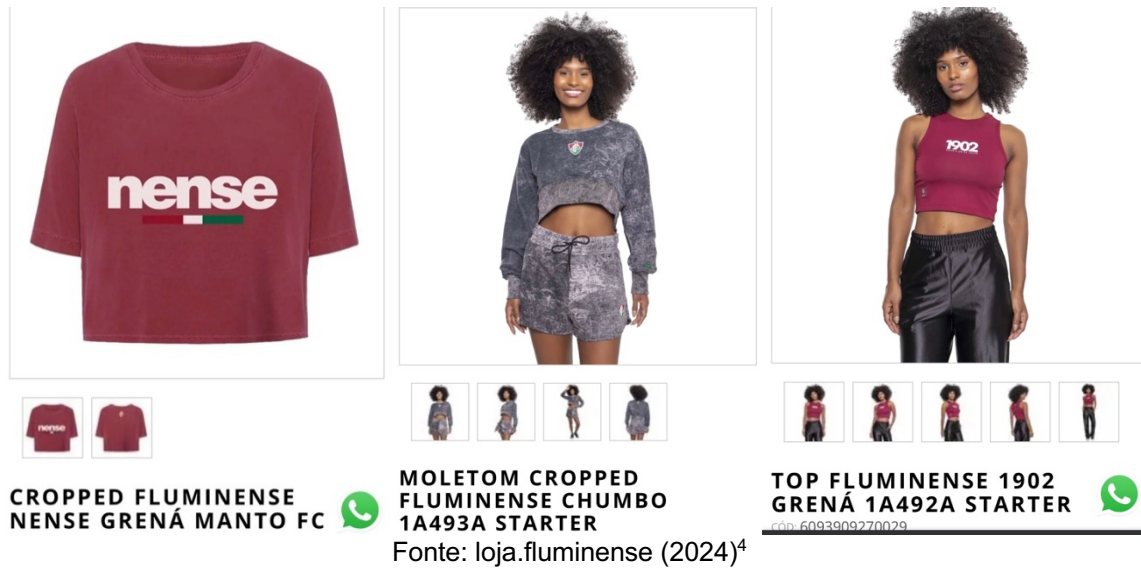
Figura 6: Produtos disponíveis na loja *online* do Flamengo.



Os produtos da loja do Fluminense, apresentados na figura 7, indicam uma variedade maior de modelos em relação a loja do Vasco, porém, assim como a do Vasco, não possuem grande número de opções de estampas e tecidos

³ Disponível em: <https://loja.flamengo.com.br>. 10 fev. 2025

Figura 7: Produtos disponíveis na loja *online* do Fluminense.



A partir da observação das lojas *online* dos clubes cariocas, observa-se que os produtos casuais dos clubes seguem um padrão comum que é a utilização das cores institucionais do time aliada a variação dos logos e dos escudos oficiais. No geral, as lojas dos clubes brasileiros possuem linha feminina, porém não investem em variedade e nem em designs inovadores, o que resulta em peças básicas e similares. De maneira geral, os únicos elementos que diferenciam os produtos de cada clube são as cores e o escudo do time.

Vale destacar que, ao procurar produtos femininos no site oficial do Botafogo a “Botafogo Store” (2024), não havia nenhum produto feminino exposto. Fato que reforça a negligência das lojas com a oferta de produtos femininos.

⁴ Disponível em: <https://loja.fluminense.com.br/>. 10 fev. 2025

3 PESQUISA DE MERCADO – GIGANTE DA COLINA

Neste capítulo, é abordada a pesquisa de mercado da marca Gigante da Colina, buscando compreender a sua história, sua identidade, seus produtos e seu público-alvo. Essa pesquisa é uma ferramenta essencial para explorar a marca, através de uma análise detalhada do seu mercado. Pelos resultados, será possível entender a percepção do consumidor, as tendências do setor e o posicionamento da marca. A pesquisa e as fotos dos produtos foram realizadas presencialmente pela autora na Mega Loja do Vasco da Gama, localizada na sede do clube São Januário e retiradas da loja *online* do clube.

3.1 HISTÓRICO DA MARCA E IDENTIDADE

A Gigante da Colina foi fundada em 2003, por Silmar da Costa Netto, e é o único canal oficial de vendas físicas do Club de Regatas Vasco da Gama. Atualmente, existem 41 unidades de lojas físicas. O *e-commerce* de produtos oficiais é feito por três *sites*, o *Vasco store*, a *Vasco boutique* e a *Gigante CRVG* de acordo com o *site* oficial do Vasco da Gama (2025).⁵

A marca sempre procura transparecer a história do clube por meio das roupas e renova seus produtos sem perder a essência e estética do clube. O Vasco é um clube fundado por brasileiros e portugueses e sua história está intimamente ligada aos dois países tanto que, seu nome é inspirado no famoso navegador português Vasco da Gama. Além disso, o clube é reconhecido mundialmente pela luta antirracista e de inclusão, sobretudo, por ser um clube tradicionalmente do povo, situado no bairro industrial de São Cristóvão, onde muitos dos operários tornaram-se torcedores ou, até mesmo, jogadores do clube, como destacado no livro “Vasco: O clube do povo”, (Fontes, 2023). Atualmente, ao redor de São Januário, está localizada a barreira do Vasco, comunidade apelidada carinhosamente com o nome do clube. Os vascaínos valorizam e enaltessem a história e os valores do clube e apoiam quando ela é representada nas roupas do Vasco da Gama.

⁵ *Site* oficiais de venda de produtos. Disponível em: <https://vasco.com.br/conteudo/gigante-da-colina-lojas-fisicas-2/>. 10 mar. 2025

3.2 MIX DE MARKETING

Neste tópico, estão reunidas as características principais que compõem a marca “Gigantes da Colina” são elas: os “4 Ps” (Produto, Preço, Praça, Promoção), a Concorrência e o Público-alvo. Segundo Kotler (2021), professor de marketing na Northwestern University, as quatro categorias principais que descrevem um negócio listadas anteriormente são fundamentais para pensar e desenvolver estratégias de crescimento, por essa razão, foram utilizadas nessa pesquisa de mercado. A análise dos produtos da Gigante da Colina levará em consideração elementos do design de moda descritos por-Treptow (2013) em seu livro “Inventando Moda”.

Produto

Os produtos da loja são divididos em 3 categorias principais: a linha Kappa, que contém os uniformes e produtos oficiais de jogo, a linha casual, com produtos femininos, masculinos e infantis, e a linha de acessórios, com copos, tirantes, capinhas de celular, gorro, chapéu, bolsa *shoulder*, cachecol, entre outros.

Dentre os produtos da linha feminina destacam-se, além dos uniformes oficiais de jogo, *cropped*s com o mesmo design das camisas oficiais, regatas, biquini, conjunto de malha esportivo, vestidos, calça *legging* e *top* esportivo.

Figura 8: Moodboard com produtos Mega Loja



Fonte: Arquivo pessoal (fotos da pesquisa de campo), 2025

Figura 9: Produtos Mega Loja 2



Fonte: Arquivo pessoal (fotos da pesquisa de campo), 2025

De maneira geral, como pode ser visto nas figuras 8 e 9, não há grande variação e inovação nos modelos da linha feminina, a maior parte das peças conta com a cruz de malta bordada ou estampada e a faixa atravessada no peito característica do uniforme do clube. Há pouca diversidade de estampas, quando ocorrem, aparecem em edições limitadas de peças comemorativas.

Tabela de Produtos

Tabela 1: Produtos e elementos de design

PRODUTO	COR	FORMA	TEXTURA/ TECIDO	ELEMENTOS
VESTIDO		JUSTO/ RETANGULAR	MALHA	CRUZ DE MALTA "VASCO" RECORTES
CAMISA		RETA	TECIDO SINTÉTICO	CRUZ DE MALTA VASCO
CROPPED		CURTA / RETA	MALHA	FRASE
TOP		CURTA / JUSTA	LYCRA	CRUZ DE MALTA
LEGGING		JUSTA / LONGA	LYCRA	CRUZ DE MALTA FAIXA BRANCA
SHORT		JUSTA / CURTA	LYCRA	CRUZ DE MALTA FAIXA BRANCA
BOLSA		RETANGULAR	NEOPRENE	ESCUDO DO VASCO E VASCO "VASCO" "CRVG" "1898"
BUCKET		CIRCULAR	TECIDO SINTÉTICO	CRUZ DE MALTA

Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)

Buscando resumir as informações coletadas durante a pesquisa via *site*, foi montada a tabela 1 que apresenta os principais elementos de design dos produtos femininos ofertados pela Gigante da Colina.

As cores mais frequentes são o preto e o branco, produtos em rosa claro também estão presentes na categoria feminina. A Cruz de Malta é o elemento mais presente nos produtos. Os elementos “VASCO”, “CRVG” e “1898”, que representam o nome, a sigla e o ano de criação do clube, respectivamente, apesar de presentes, são pouco explorados, assim como o uso dos escudos oficiais do clube, tanto o atual quanto os antigos.

Preço

De maneira geral, as roupas têm o custo variando entre R\$90,00 até R\$500,00, as peças mais caras são as camisas oficiais de jogo. A linha feminina varia de R\$90,00 a R\$340,00. A marca segue uma precificação premium já que é o único canal de vendas oficial.

Dessa forma, o preço dos produtos se torna mais elevado, tanto pela garantia de originalidade do produto quanto pela experiência de consumo. Como destaca Helal (2008, p. 154), “O futebol brasileiro é um campo privilegiado para observar a intersecção entre consumo e identidade cultural”, evidenciando que a compra de camisas e outros artefatos ultrapassa a esfera material se conectando com o emocional dos consumidores. Assim, lojas como a Gigante da Colina, que tem como diferencial a originalidade dos produtos, geram nos consumidores o desejo de terem produtos oficiais da marca, mesmo que haja diversas opções muito semelhantes no mercado paralelo. Dessa forma, os torcedores optam por comprar a marca original, sobretudo, pelo sentimento embarcado no ato de adquirir produtos oficiais.

Na categoria de produtos femininos casuais do *site*, há cinco opções de bermudas que variam de R\$109,90 até R\$139,90, doze opções de camisas/ blusas de R\$79,90 até R\$149,90, duas opções de conjuntos por R\$219,90, seis opções de *cropped* por de R\$89,90 até R\$169,90, cinco opções de *legging* de R\$169,90 até R\$259,90, um macaquinho por R\$209,90, um *short* por 139,90, 8 opções de *top* de R\$109,90 até R\$119,90 e seis opções de vestido de R\$79,90 até R\$189,90. A partir

da análise desses valores e dos produtos, é possível perceber que as peças têm valores elevados que não são justificados pela qualidade e nem pelo design agregado.

Praça

As lojas físicas do Vasco (figura 10) somam ao todo 41 pontos espalhados pelo Rio de Janeiro, Espírito Santo, Maranhão, Distrito Federal e Amazonas. A Gigante da Colina é a loja física oficial do Clube. A loja principal, a Mega Loja, fica na sede do clube dentro de São Januário onde acontecem as partidas e as outras lojas ficam em Shoppings e centros comerciais. A maior parte das lojas está localizada no Rio de Janeiro, cidade natal do Clube, em shoppings com muitos frequentadores como o Barra Shopping e o Nova América.

Figura 10: Lojas Gigante da Colina



Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)⁶

Promoção

A comunicação da marca é feita através das redes sociais, porém, diferente de outras marcas, não há um perfil central único, a comunicação é feita por cada franquia. O site, por outro lado, é unificado.

⁶ Disponível em: <https://www.netvasco.com.br/>. Acesso em: 03 mar. 2025

Como cada franquia tem seu próprio perfil nas redes sociais, não há um cronograma de conteúdo específico, mas as lojas possuem um padrão de postagens e conteúdos semelhantes.

Dentre esses perfis, o maior é o da Mega Loja Gigante da Colina que fica dentro de São Januário, estádio do clube. O perfil conta com 63 mil seguidores e 1180 *posts*. A frequência de postagens é semanal e as interações nos *posts* e *reels* são relativamente baixas dado o número alto de seguidores. As postagens são relativas aos produtos e as datas/ eventos significantes para a venda de produtos (figura 11 e 12).

Figura 11: Post Instagram Camisa 1974



Figura 12: Post Instagram Black Friday



Fonte: Instagram @gigantedacolina_megaloja,2025 (2025)

Concorrência

Os principais concorrentes da Gigantes da Colina são as lojas de multimarcas de produtos de clubes, como a Carioca FC e a Futfanatics, que vêm criando visibilidade no mercado e nas redes sociais. Além dessas, lojas de produtos esportivos como Centauro e Físico Forma também vendem produtos de clubes, sendo todos produtos originais e iguais aos da loja oficial.

Além das lojas que vendem produtos originais, há diversas lojas físicas e *online* que vendem produtos falsificados, seja por meio de *sites* próprios ou em grandes *sites* de varejo como Ali Express e Mercado Livre. O mercado de produtos de futebol falsificados é gigantesco e pratica valores muito competitivos com produtos que, muitas vezes, são severamente semelhantes aos originais, esse mercado conta ainda com uma variedade maior do que as lojas oficiais, incluindo produtos exclusivos

encontrados apenas no mercado paralelo. A figura 13 apresenta um exemplo de camisas falsificadas do Vasco vendidas nas ruas em dias de jogo.

Figura 13: Produtos falsificados do Vasco da Gama



Fonte: Netvasco (2008)⁷

Segundo dados do *site* da Ápice (2025), Associação pela Indústria e Comércio Esportivo, no ano de 2023, foram comercializados 580 milhões de unidades de produtos esportivos no Brasil, deste total, estima-se que 30% eram falsificados. Ainda de acordo com a pesquisa, dentre 2 mil entrevistados, 23% compraram ao menos um produto não-original no período de um ano, o que equivale a R\$ 8,7 bilhões de reais gastos em 2023.

A venda de produtos falsificados gera perdas econômicas significativas não só para o Governo, mas para os próprios clubes de futebol, visto que parte do lucro da venda dos produtos oficiais é destinada a eles.

⁷ Disponível em: <https://www.netvasco.com.br/>: Acesso em: 03 de mar. 2025

Marcel Pinheiro, diretor de comunicação e marketing do Fortaleza, destacou em entrevista ao UOL (2024), que a venda de produtos oficiais dos clubes entra de forma importante na receita do clube e dessa forma é preciso entender que não são somente camisas que estão sendo vendidas, mas sim uma grande fonte de renda do clube está sendo arrecadada com a venda delas. Ressalta-se assim, a importância da loja oficial dos clubes e da criação de bons produtos que resultem em uma grande quantidade de vendas.

Dessa maneira, é estratégico que a Gigante da Colina explore suas principais vantagens frente aos demais concorrentes que são a exclusividade e o sentimento de pertencimento ao clube, que são justificadas quando o torcedor compra um produto preferencialmente na loja oficial a fim de beneficiar o time.

3.3 PESQUISA DE CONSUMO

A pesquisa de consumo foi elaborada para entender o público-alvo da marca e buscar referências para o desenvolvimento dos produtos.

Público-alvo

A Gigante da Colina é uma loja dedicada exclusivamente a venda de produtos do Clube de Regatas Vasco da Gama, dessa forma, o público-alvo da loja são os torcedores vascaínos, homens, mulheres e crianças, de todas as idades, como evidencia o site oficial da loja Vasco Boutique (2025). Apesar de ter um amplo público, não há equidade na variedade e quantidade de produtos, principalmente na linha feminina, fato que destaca a relevância do presente trabalho. Dessa forma, o público-alvo desta coleção são as torcedoras do Vasco da Gama.

Pesquisa com o público

A fim de entender a opinião do público feminino acerca dos produtos femininos da loja, foram realizadas duas pesquisas de consumo para saber o que as torcedoras gostariam de ver nas lojas do Vasco, além de encontrar aspectos positivos e negativos dos produtos femininos da Gigante da Colina e entender, junto ao público-alvo, as necessidades para a nova coleção. A primeira pesquisa foi feita via formulário do Google Forms, que ficou aberto para respostas durante uma semana, disponível no

apêndice, e a segunda por meio de entrevistas pelo Whatsapp, onde foram entrevistadas 3 meninas.

A pesquisa via formulário contou com a participação de 25 mulheres majoritariamente entre 20 e 30 anos de idade, torcedoras do Vasco da Gama há no mínimo 10 anos. Todas as participantes consomem roupas do clube e conhecem a loja Gigantes da Colina e 23 delas são consumidoras da loja. A maioria das participantes destacou a falta de variedade dos produtos e a falta de produtos típicos do vestuário feminino como regatas e *croppeds* - “Não acho que recebem a mesma atenção do que as roupas masculinas” - destacou Ana Beatriz, estudante de 22 anos.

Acerca da pergunta sobre os produtos ofertados, a maioria das respostas apontaram para a escassez de camisas femininas, roupas esportivas e casuais. Dentre os locais/ ocasiões que as mulheres da pesquisa mais utilizam as roupas do Vasco estão os jogos, a academia, a faculdade e para saídas casuais.

No formulário, as entrevistadas selecionaram os produtos de *sportwear* que mais utilizam e têm preferência. Nesta seleção, destacaram-se camisas, casacos, *tops* e *croppeds*.

Em seguida, foi apresentado para as entrevistadas, um *moodboard* com fotos ilustrando quatro estilos (ver *moodboard* 4), “tradicional casual”, “casual esportivo”, “*streetstyle*” e “*streetwear*” e foi pedido para que elas indicassem os estilos que mais possuem afinidade. O estilo “tradicional casual” foi o mais votado seguido pelo “casual esportivo” e depois “*streetstyle*”, o estilo “*streetwear*” não foi votado.

Figura 14: *Moodboard* estilos



Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)

Após isso, na sequência, foi apresentado para as entrevistadas um *moodboard* com fotos ilustrando quatro marcas esportivas reconhecidas: Nike, Adidas, Puma e Fila, onde as entrevistadas deveriam sinalizar a/a(s) marca(s) que mais se identificavam. As duas marcas que se destacaram na votação foram a Adidas em primeiro lugar e a Nike em segundo. O roteiro de perguntas do formulário está disponível no apêndice.

Figura 15: *Moodboard* Marcas Sportwear



Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)

Na pesquisa via entrevista por Whatsapp, foram entrevistadas de forma fluída e sem roteiro pré-estabelecido a opinião de três torcedoras acerca dos produtos da loja do Vasco, a entrevista foi conduzida por meio de perguntas sobre o interesse pessoal da entrevistada em consumir roupas da loja, perguntas sobre seu estilo pessoal e o que gostaria de consumir mais nas lojas. Por meio dessa pesquisa, foi possível chegar em produtos prediletos entre as entrevistadas e estilos que podem ser empregados na coleção. A primeira entrevistada foi Livia Maria de Simas, estudante de 23 anos, moradora de Madureira e torcedora do Vasco há mais de 15 anos. A entrevistada conhecia a loja Gigantes da Colina e relatou ter interesse em consumir produtos do Vasco, mas relatou ter muita dificuldade para encontrar produtos femininos interessantes, ela destacou a falta de variedade de produtos disponíveis

nas últimas coleções. Segundo ela, os poucos produtos disponíveis da seção feminina não são adaptados para o interesse das mulheres, sendo apenas réplicas menores dos produtos masculinos. Ela afirmou sentir falta de peças como shorts e calças, já que a maioria dos produtos ofertados são camisas. Atualmente, a entrevistada disse utilizar os produtos adquiridos na loja para ir aos jogos e praticar exercícios físicos, porém disse ter desejo de utilizar os produtos em mais locais se eles fossem mais adaptados para outras ocasiões. Quando perguntada sobre os estilos que mais utiliza, ela afirmou ter afinidade com o *streetwear* e o *streetstyle*.

A segunda entrevistada foi Caroline Queiroz de 22 anos, estudante e assistente de desenvolvimento de produto, torcedora do Vasco da Gama e moradora da Barreira do Vasco, comunidade localizada em volta do estádio de São Januário. A entrevistada afirmou frequentar a Mega Loja ao lado do estádio, que fica próximo a sua casa, e elogiou a quantidade de produtos ofertados comparado com as lojas Gigante da Colina em *shoppings*. Quando perguntada sobre as roupas femininas ofertadas, Carolina afirmou gostar dos produtos, porém acredita que eles possuem baixa qualidade e que o segmento feminino é muito escasso. Ela afirmou sentir falta de variedade para além da diminuição do tamanho comparado aos produtos masculinos, mesmo questionamento apontado pela entrevistada anterior. Carolina utiliza mais o *streetwear* e diz que consome muitos produtos da Nike e que gostaria de ver produtos femininos na loja do Vasco com estilo semelhante ao da marca

A terceira entrevistada Mariana Duarte, estudante de 21 anos, sempre foi torcedora do Vasco da Gama e contou que frequenta os jogos desde os 3 anos de idade. A entrevistada é consumidora frequente da loja. Ao ser perguntada sobre os produtos femininos, Mariana acredita que o setor é pouco explorado – “Todas as roupas que temos acesso são as masculinas só que com corte e tamanho diferentes. Não tem nada pensado exclusivamente para o gosto feminino” – Mesmo problema relatado pelas entrevistadas anteriores. Mariana gosta de utilizar as roupas do Vasco em jogos e para a academia, já as camisas *vintage* ela utiliza mais para sair. Os estilos favoritos da entrevistada são o *streetstyle* e o casual esportivo, quanto ao último, ela ressaltou gostar dos produtos do departamento feminino da Puma que seguem esse estilo.

A partir das pesquisas realizadas, foi possível comprovar a necessidade de ampliar o departamento de produtos femininos tanto em quantidade quanto em variedade.

Persona

A partir das pesquisas realizadas, foi elaborada uma Persona com as características ideais do público-alvo desta coleção. O *moodboard* 6 apresenta a persona criada para ilustrar o público-alvo da coleção.

Figura 16: Persona

Rafaela

 23 anos

 Estudante

 Tijuca, Rio de Janeiro



sobre:

Rafaela é estudante e estagiária de engenharia de produção e, como torcedora do Vasco há mais de 10 anos, frequenta mensalmente os jogos do clube.

hobbies/ atividades:

- jogar altinha
- treinar (musculação)
- fazer compras
- assistir jogos de futebol

locais que frequenta:

- praia
- shopping
- bares e festas no Rio de Janeiro
- estádio do vasco (São Januário)

Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)

A junção dessas características de uma torcedora padrão do Vasco da Gama com as principais queixas atreladas aos produtos femininos da Gigante da Colina

citadas pelas entrevistadas, como a falta de variedade de produtos a escassez de peças, a falta de modelagens adequadas e o design insuficiente, serviram como base para a estruturação desta nova coleção.

Pesquisa de referências de lojas

A partir dos comentários das participantes, foi elaborada uma pesquisa de referências nas 4 marcas citadas: Nike, Adidas, Puma e Fila.

A pesquisa foi realizada nos *sites* oficiais de cada marca. Foram selecionados looks/ produtos com base nos estilos utilizados na pesquisa participativa (*moodboards* 17 a 20). Foram escolhidos produtos das categorias “Casual” e “Sport” presentes nos sites e o objetivo foi buscar referências de produtos com elementos de design inovadores que possam ser incorporados na nova coleção da Gigante da Colina.

No primeiro *moodboard*, foi observado o site da marca esportiva Nike, foram reunidas referências de produtos do setor feminino casual do site. Entre os produtos encontrados, destacam-se *cropped*s justos e largos, calças estilo *baggy* e casacos corta vento e de moletom.

O segundo *moodboard* apresenta a pesquisa feita no site da Adidas também tem como produto marcante os *cropped*s porém a marca arrisca com formatos e peças um pouco fora do estilo casual esportivo tradicional.

O terceiro *moodboard* reúne os produtos da linha casual feminina da Puma, a marca apresenta mais saia, *baby tees* e macaquinhos, além das tradicionais calças *baggy*.

Por fim, o último *moodboard* apresenta os produtos da marca Fila. Foram reunidos produtos da linha casual feminina do site, a marca tem uma estética mais vintage e casual comparada com a Nike, que apresenta um *sportwear* mais clássico. A linha se destaca pelos *cropped*s, *baby tees* e saias.

Figura 17: Moodboard Produtos Nike



Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)⁸

⁸ <https://www.nike.com.br/>. Acesso em: 04.de abr. 2025

A Nike costuma combinar o *sportwear* com o *streetwear*, explorando formas mais largas e cores vibrantes. Destacam-se os agasalhos e as calças *baggy*.

Figura 18: Moodboard Produtos Adidas



Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)⁹

⁹ <https://www.adidas.com/>. Acesso em: 04 de abr. 2025

A Adidas aposta em modelagens mais amplas e folgadas. Destaca-se o bom uso da aplicação das tiras e dos logotipos oficiais da marca.

Figura 19: Moodboard Produtos Puma.



Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)¹⁰

¹⁰ <https://br.puma.com/>. Acesso em: 04 de abr 2025

A Puma arrisca em formas com mais recortes, observa-se muitos *croppeds* e *baby tees*. Além disso, nota-se silhuetas mais justas que valorizam o corpo.

Figura 20: Moodboard Produtos Fila



Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025) ¹¹

¹¹ <https://www.fila.com.br/>.

Os produtos da Fila se destacam por possuírem um padrão mais *clean* com silhuetas mais sofisticadas e retas, observa-se o uso do logotipo de diferentes formas.

4 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

O quarto capítulo apresenta o desenvolvimento da coleção a partir de pesquisas de tendências e de referências. Em seguida, há o desenvolvimento da coleção.

4.1 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

O *sportwear*, como visto anteriormente, tem ganhado cada vez mais espaço no cenário da moda, sendo um reflexo dos novos comportamentos da contemporaneidade e a busca das gerações mais jovens por hábitos saudáveis.

Esta pesquisa de tendências apresenta as novas propostas para o setor para a temporada de 2025/2026 que serão base para a construção da nova coleção proposta por esse trabalho.

Previsão O/I 2026/2027: Moda esportiva WGSN – Diversão Livre

Está previsão de tendência do portal WGSN, "Worth Global Style Network", da autora Stephanie Barnscher (2025), prevê uma moda esportiva, leve e flexível para a próxima temporada. Essa proposta inclui a reinterpretação de clássicos *cult* do esporte e a conexão com os novos valores de bem-estar e lazer.

Os principais elementos dessa tendência incluem a criação de design úteis e funcionais com uma estética lúdica e afetiva. Segundo a autora, a exploração do *cult* e dos esportes é uma das apostas para essa temporada.

Os produtos *vintage* e os "clássicos" são boas referências de produtos com designs que geram sentimento e conexão com os consumidores (figura 21 e 22). O alinhamento da estética clássica com a autenticidade é uma tendência interessante para uma coleção destinada a loja de um clube de futebol como o Vasco da Gama, que tem uma história rica e amada pelos torcedores do clube e que pode ser explorada com elementos de design que façam alusão a ela.

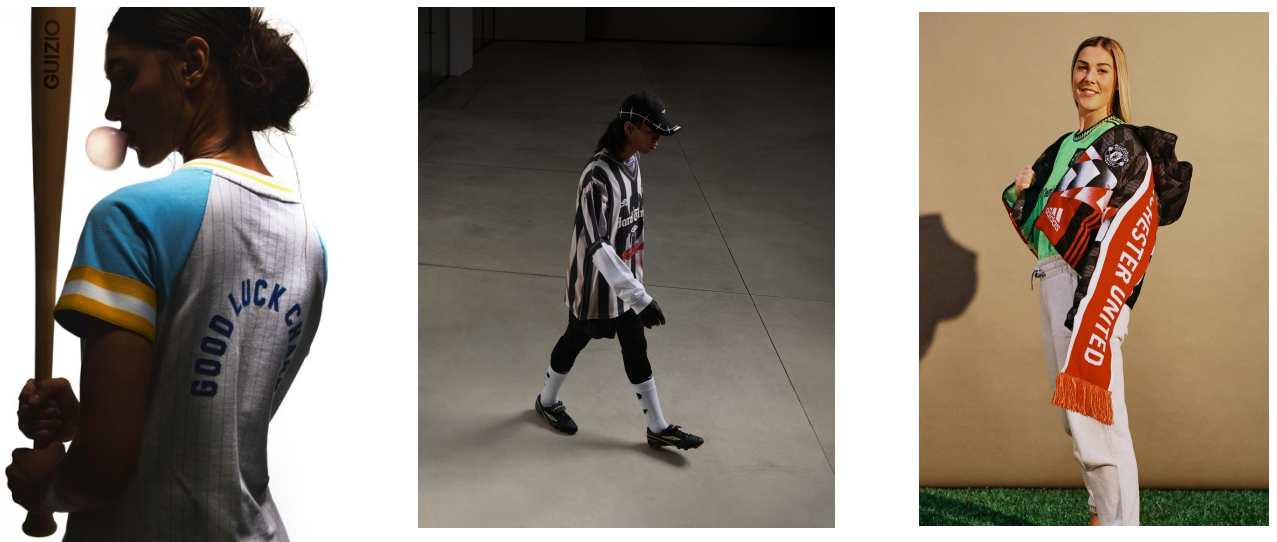
Figura 21: Estética *Vintage*

Fonte: WGSN (2025)

Figura 22: Camisa com mangas *Vintage*

Fonte: WGSN (2025)

A estética “*superfans*”, apresentada na figura 23, é uma boa proposta para a nova coleção já que ressalta a influência dos esportes na geração de conexão social e alegria coletiva que é justamente o sentimento aflorado pela ligação entre os torcedores de um clube.

Figura 23: Moodboard “Estética *superfans*”

Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)

4.2 PESQUISA DE REFERÊNCIAS

Este capítulo apresenta as pesquisas de referência e o estilo base para a coleção.

O ATHLEISHURE

Com base nos estilos aplicados na pesquisa e nas preferências das entrevistadas, foi possível chegar a um estilo em comum, o *athleisure*. Esse estilo é a junção do *sportwear* com a moda casual e vem ganhando cada vez mais espaço nos guarda-roupas das mulheres nos últimos anos, sobretudo em razão do crescimento da tendência de estilo de vida saudável. (*moodboard 24*).

Figura 24: Moodboard *athleisure*



Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)

De acordo com o artigo intitulado “Athleisure: Um estilo atrelado ao conceito de moda híbrida”, publicado no *L'Officiel Brasil*, em [23 de jun. 2022], o *athleisure* surge como uma alternativa para a vida das mulheres unindo o conforto à moda e reflete as novas dinâmicas sociais da geração Z.

Collabs: grifes x sportwear

Um bom exemplo da união do *sportwear* com a moda casual são as *collabs* entre grifes e marcas esportivas que marcaram a moda nos últimos anos. Segundo a matéria de Bryan Ho (2024) para a Vogue Singapore, as roupas esportivas têm ganhado espaço no cenário das passarelas e vão muito além de apenas roupas funcionais para praticar atividades físicas. A junção dos elementos esportivos de marcas clássicas do *sportwear* com silhuetas e acabamentos refinados das grifes cria uma estética atrativa que será uma referência para a coleção a ser desenvolvida.

Victoria Beckham x Reebok (2019)

A colaboração entre estas duas marcas reuniram elementos do *sportwear* e do *athleisure* com casacos *oversized*, corta-ventos e *cropped*s, que podem ser vistos na figura 25.

Figura 25: *Collab* Victoria Beckham x Reebok.



Fonte: wwd. (2025)¹²

¹² <https://wwd.com/>. Acesso em: 04 de abr. 2025

Flamengo x Adidas (2024)

A figura 26 apresenta *collab* entre a linha do Flamengo da marca Adidas e a loja brasileira Farm, apesar de não ser uma *collab* envolvendo uma grife, é um ótimo exemplo de como aliar a moda casual à esportiva.

Figura 26: : *Collab* Balenciaga e Under Armour

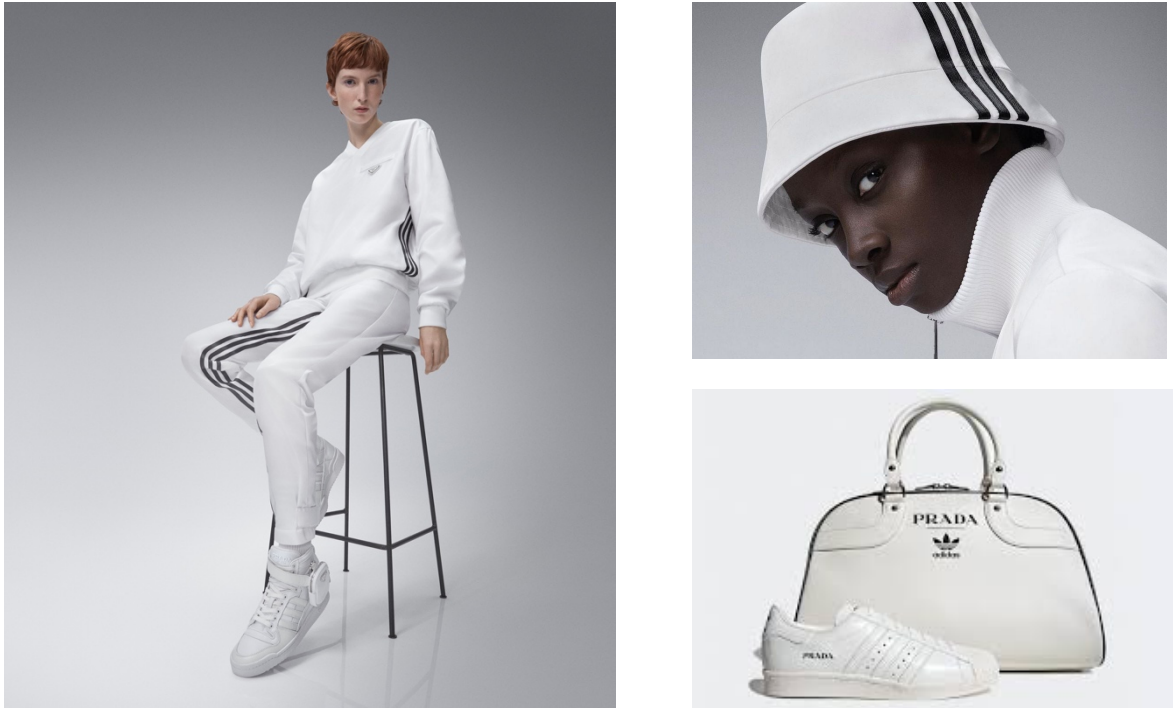


Fonte: VOGUE singapoure (2025)

Prada x Adidas (2022)

A colaboração entre as duas marcas mesclou os elementos sofisticados da grife com os designs clássicos da Adidas trazendo luxo e conforto além do uso do *Re-nylon*, material reciclado usado na confecção das peças, ver *moodboard* figura 27.

Figura 27: Moodboard collab Prada x Adidas



Fonte: VOGUE Singapoure (2025)

Michael Korss x Ellesse (2022)

Essa *collab* trouxe elementos clássicos do *sportwear* com um toque divertido e cores vibrantes valorizando as peças usadas na prática esportiva do tênis, como mostra a figura 28.

Figura 28: Collab Michael Korss x Ellesse.



Fonte: VOGUE singapoure (2025)

Gucci x Adidas (2022)

Outra *collab*, apresentada nas figuras 29 e 30, envolvendo a gigante do *sportwear* Adidas, foi realizada em 2022, junto à Gucci, e trouxe estampas coloridas aliadas as silhuetas clássicas do estilo *athleisure*.

Figura 29: Estampas Gucci x Adidas.



Fonte: VOGUE singapoure (2025)

Figura 30: Estampas Gucci x Adidas

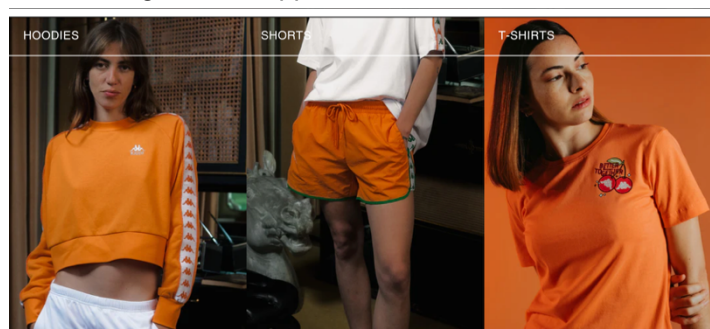


Fonte: VOGUE singapoure (2025)

Vasco e Kappa

A atual fornecedora de materiais esportivos do Vasco da Gama é a marca italiana Kappa. A marca não tem uma presença forte no mercado brasileiro de *sportwear* mas possui peças interessantes que mesclam o casual com o esportivo.

Figura 31: Kappa linha Casual Feminina



Fonte: Kappa.com (2025)

4.3 PESQUISA DE ELEMENTOS TÉCNICOS

A moda esportiva é repleta de elementos que não só criam aspectos visuais nas peças, mas também são fundamentais para garantir conforto e caimento.

De acordo com a matéria de Charlie Bardsley (2025) para o portal WGSN, World Global Style Network, a estética dos esportes coletivos foi uma das principais tendências observadas no Active Collective e Swim Collective no principal evento atacadista dos Estados Unidos, o Collective West, ocorrido no mês de abril de 2025.

No evento, foram reunidas as principais tendências de moda esportiva para a próxima estação incluindo elementos técnicos interessantes que serão descritos a seguir e podem ser aplicados nesta coleção para a Gigante da Colina.

Detalhes artesanais

A aplicação de detalhes artesanais na forma de acabamentos, bordados ou pequenos pontos de relevo no tecido com cores sobressalentes é uma forma interessante de trazer um toque *handmade* para as peças (ver figuras 31 a 33).

Figura 32: *Legging* listras artesanais Figura 33: *Short* bordado Figura 34: Moletom linhas artesanais



Fonte: WGSN (2025)



Fonte: WGSN (2025)



Fonte: WGSN (2025)

Cadarços

As figuras 34 e 35 apresentam o uso de cadarços de tênis em peças como casacos, calças e shorts que valorizam a tendência dos esportes coletivos, como o

futebol, e permite que as consumidoras ajustem as peças para melhor caimento e conforto.

Figura 35: Calça com cadarço no cós



Fonte: WGSN (2025)

Figura 36: Calça com cadarço no cós



Fonte: WGSN (2025)

Camadas e sobreposições

O uso de camadas e sobreposições apareceu como uma grande tendência para a moda esportiva, figuras 36 e 37. O uso de cores da mesma paleta valoriza essa técnica.

Figura 37: Camisa dupla camada



Fonte: WGSN (2025)

Figura 38: Top dupla camada



Fonte: WGSN (2025)

Regata Polo

A regata polo é uma peça tradicional que une o estilo casual clássico com a moda *sportwear* trazendo uma estética *vintage* diferenciada. O uso de acabamentos sutis e refinados valorizam essa peça como mostrado nas figuras 38 a 40.

Figura 39: Camisa Polo branca



Fonte: WGSN (2025)

Figura 40: Camisa Polo Preta



Fonte: WGSN (2025)

Figura 41: Camisa Polo branca



Fonte: WGSN (2025)

4.4 DESENVOLVIMENTO

Este capítulo reúne o processo teórico e prático de desenvolvimento dos dez *looks* da coleção Mulheres da Colina e do protótipo do *look 2*.

4.4.1 Conceito da Coleção

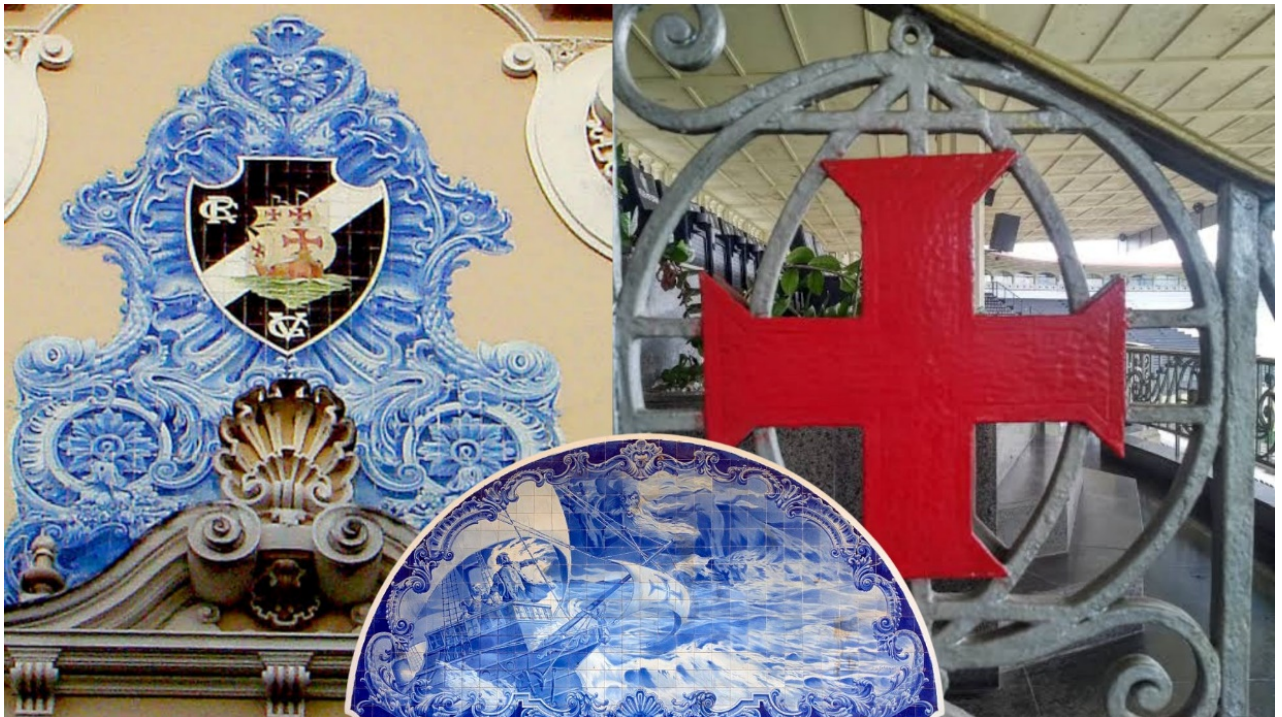
A coleção tem como conceito central a identidade e história do Clube de Regatas Vasco da Gama. Os elementos visuais e elementos históricos do clube foram revisitados através de pesquisas visuais e visitas técnicas e explorados no design das peças de maneira a gerar identidade e sentimento nostálgico para as consumidoras. O Vasco é o time que une desde a tradição portuguesa de origem do clube até os movimentos sociais atuais de minorias, é o time que abraça todos os tipos de torcedores e que juntos formam uma torcida unida que, mesmo em momentos de fragilidade, é fiel e permanente. A coleção “Mulheres da Colina” entrelaça a história tradicional do clube e resplandece esse grupo.

Referências históricas Vasco da Gama

Como dito anteriormente, um dos elementos mais valorizados pelos torcedores no clube é a sua história. De acordo com o site oficial do Vasco da Gama.¹³O Vasco começou como um clube de regatas, assim como outros clubes cariocas, formado majoritariamente por homens simples e comerciantes luso-brasileiros.

Devido a intrínseca conexão do time com Portugal, o clube foi designado com o nome do navegador português do século XV Vasco da Gama. A estética visual dos escudos e das sedes do Vasco carrega muitas referências ao país europeu. Destaca-se na estética antiga, os azulejos azuis portugueses que decoram a sede do clube, assim como ornamentações e arabescos em sua fachada principal, tombada como patrimônio histórico do Rio de Janeiro (figura 41 e 42).

Figura 42: Referências visuais São Januário



Fonte: Vasco.com.br (2025)

¹³ Disponível em: vasco.com.br. Acesso em: 18 de abr. 2025

Figura 43: Tribuna São Januário



Fonte: Vasco.com.br (2025)

Além disso, nota-se a evolução dos escudos do clube e como o design de cada um deles reflete um período de sua história. (figura 43).

Figura 44: Evolução escudos do clube



Fonte: Vasco.com.br (2025)

A coleção “Mulheres da Colina” faz, portanto, uma releitura da estética e dos elementos visuais tradicionais do clube para que as peças transmitam o sentimento nostálgico às consumidoras.

Conceito final

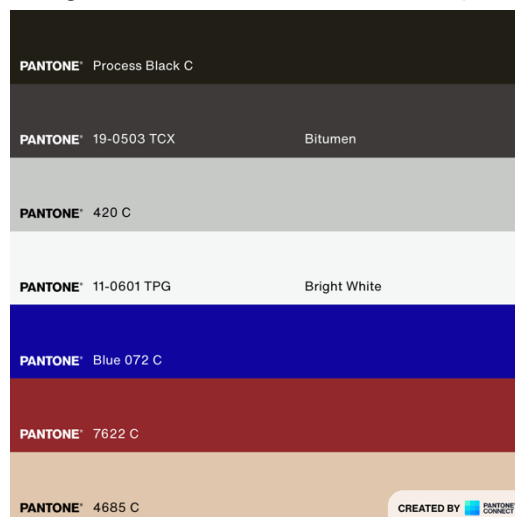
O conceito final adotado pela coleção é a união da tradição portuguesa à estética feminina. A junção do tradicionalismo luso-brasileiro originário do clube que sintetiza a história ainda muito viva e preservada com a valorização da presença feminina na torcida que evidencia as novas lutas e pautas sociais abraçadas pela comunidade vascaína. Assim, a coleção representa o real posicionamento do Vasco da Gama, um time feito pelo povo, para o povo.

4.4.2 Cartela de cores

As cores institucionais do clube Vasco da Gama são tradicionalmente o branco e o preto. Para esta nova coleção, será mantida a preferência por essas cores, porém serão adicionadas cores complementares para melhor desenvolvimento da coleção.

As cores complementares da coleção são o azul *royal*, bege e o vinho. A escolha do azul é referente aos azulejos portugueses que serviram de inspiração para a estampa central da coleção, o bege e o vinho são homenagens as cores utilizadas no Uniforme III de 2023 do Vasco da Gama, que fazem homenagem a Portugal e as grandes navegações. A paleta de cores selecionadas para esta coleção pode ser vista na figura 44.

Figura 45: Cartela de cores da coleção



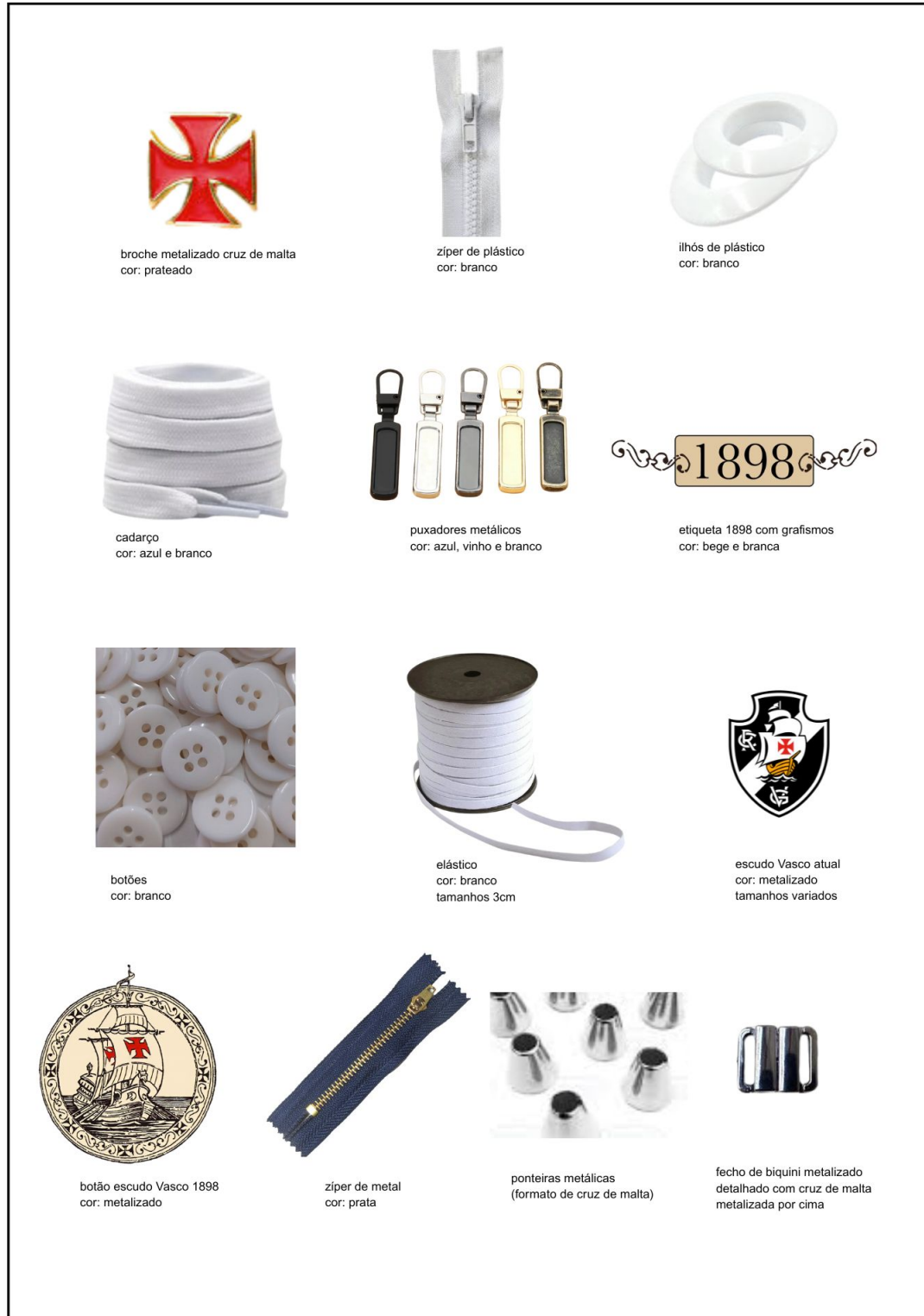
Fonte: Pantone Connect (2025)

As cores da coleção são o preto e o branco *bright white*, o cinza marquise, o cinza arquibancada, o azul ladrilho, o vinho português e o bege histórico.

4.4.3 Cartela de Aviamentos

Para a coleção foram utilizados tanto aviamentos prontos quanto aviamentos personalizados com elementos do Vasco, como visto na figura 45 acima.

Figura 46: Cartela de Aviamentos

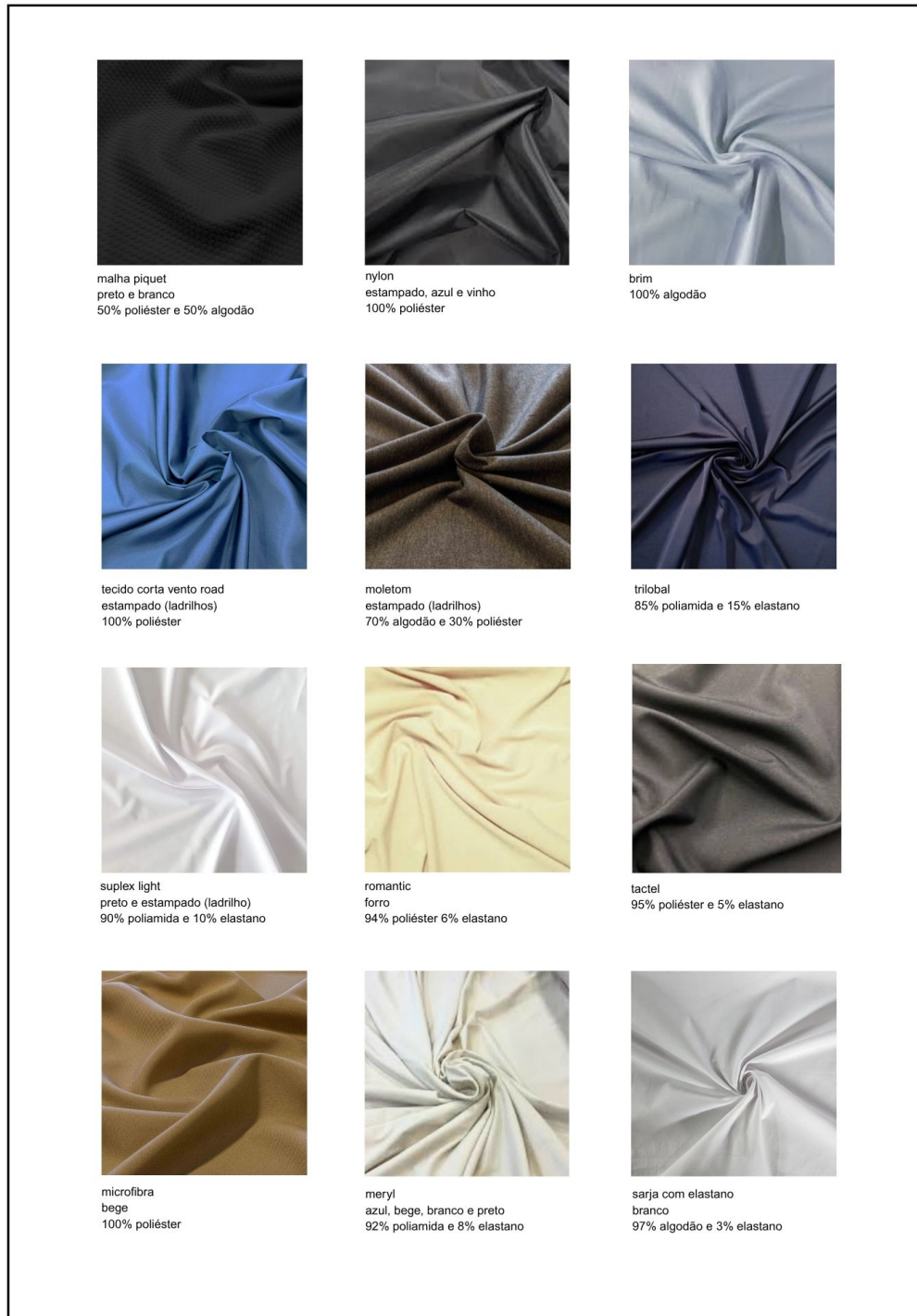


Fonte: Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)

4.4.4 Cartela de tecidos

Os tecidos a serem utilizados são apresentados na figura a seguir.

Figura 47: Cartela de Tecidos



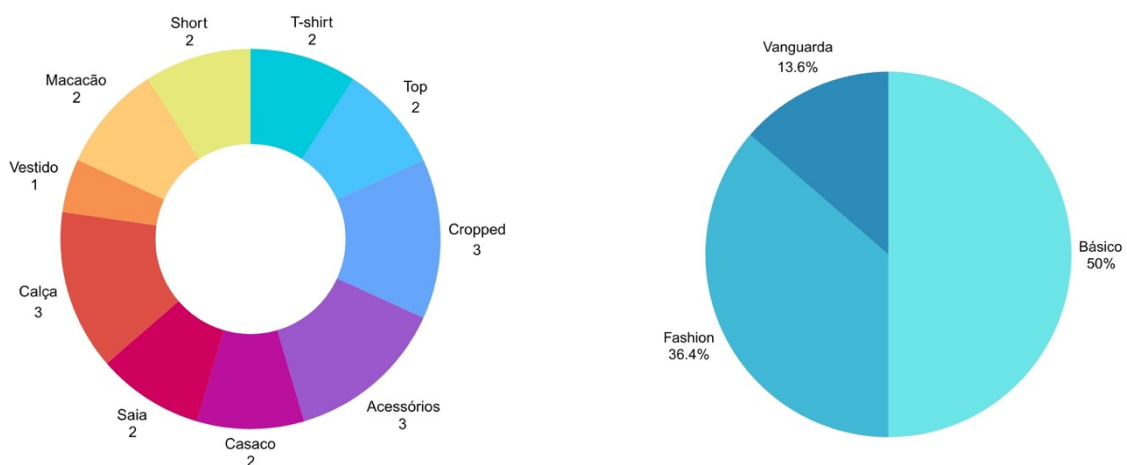
Fonte : Compilado pelo autor a partir de imagens coletadas na internet (2025)

A coleção “Mulheres da Colina” é uma mistura entre o casual e o *sportwear*. Nesse sentido, os tecidos utilizados na coleção visam o conforto e o bom caimento das peças, assim utilizou-se tecidos com elastano e malhas com alto coeficiente de elasticidade para garantir uma boa vestibilidade e versatilidade das peças. Composições com poliéster são muito utilizadas em produtos *sportwear* para trazer leveza e maleabilidade para o tecido.

4.4.5 Planejamento

Para o planejamento da coleção, foram considerados os produtos já ofertados pela Gigante da Colina e a divisão entre os segmentos básico, *fashion* e vanguarda. Com base no nicho de produtos *sportwear* e nos produtos mais vendidos pela Gigante da Colina, optou-se por seguir pela maioria dos produtos na linha básica e *fashion* com diferenças sutis entre ambas, como bordados e estampas. A linha Vanguarda contou com três produtos sendo um corta-vento (*Look 2*), uma calça (*Look 4*) e um macacão (*Look 6*). A linha Fashion com um *cropped* (*Look 4*), 2 acessórios (bolsas), uma saia (*Look 1*), uma calça (*Look 3*), um *short* (*Look 8*) e um vestido (*Look 5*) e um casaco moletom (*Look 6*), por fim, a linha Básica com duas *t-shirt* (*Looks 3 e 9*), dois *tops* (*Looks 8 e 9*), dois *cropped* (*Looks 1 e 7*), um acessório (boné), uma saia (*Look 9*), uma calça (*Look 10*), um *short* (*Look 7*) e um macaquinho (*Look 2*). A distribuição da coleção pode ser visualizada na figura 47.

Figura 48: Gráficos pizza de produtos da coleção



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

A distribuição de peças entre as três categorias foi feita com base na cartilha de produtos disponível no Portal Sebrae, (Sebrae, 2018). Buscando manter o planejamento das peças entorno de 60% básicos, 30% *fashion* e 10% vanguarda.

4.4.6 Release técnico

A coleção “Mulheres da Colina” apresenta para a comunidade vascaína um conjunto inovador de peças femininas versáteis que revisitam a história do Vasco da Gama e exaltam os elementos históricos do clube. A coleção é um mix da moda casual e esportiva e conta com estampas exclusivas e modelagens que valorizam a silhueta feminina.

Foram utilizados tecidos com elastano para garantir melhor conforto e caimento. As peças possuem design versátil e podem ser usadas nas mais variadas ocasiões. A fonte inspiracional da coleção foram os elementos históricos do clube situados nas sedes São Januário, Calabouço e Lagoa.

Foram utilizados detalhes artesanais como bordados nas etiquetas e nos escudos do clube, cadarços e golas que remetem a uma estética *vintage* que conversa com os elementos tradicionais do clube. A coleção apresenta uma estampa autoral inspirada nos ladrilhos portugueses.

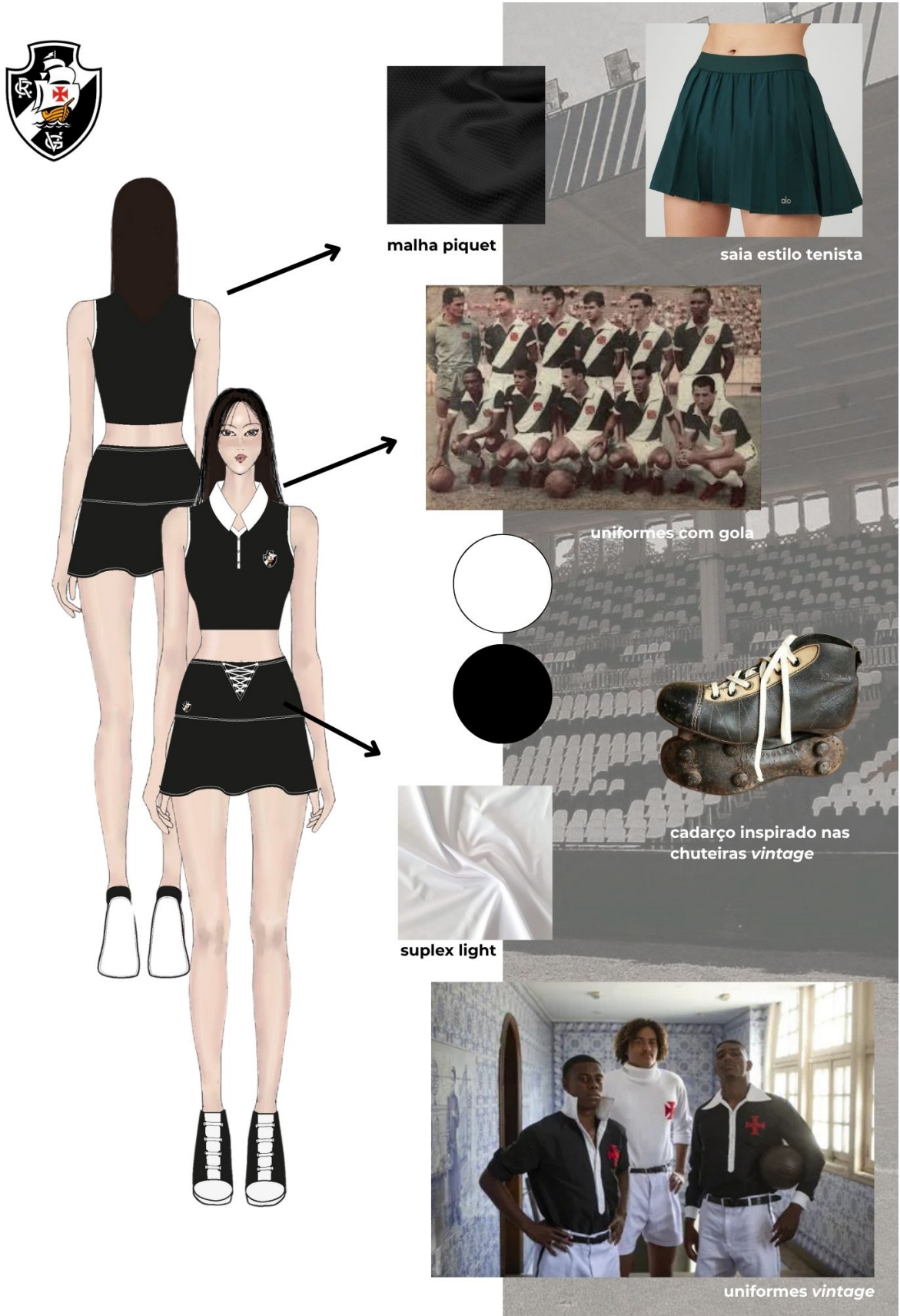
Baseado na pesquisa de referências e tendências, a coleção apresenta peças que estão em alta na moda esportivo casual como *croppeds*, *baby tees*, *tops*, saias e macaquinhos

4.4.7 Processo criativo

McKelvey e Munslow (2012) ressaltam que a criação de uma coleção de moda exige uma metodologia estruturada, desde a fase de inspiração até a produção, com ênfase na adaptação contínua do design às restrições técnicas e expectativas do mercado. Dessa forma, o processo criativo da coleção Mulheres da Colina envolveu as etapas abordadas no livro *Fashion Design: Process, Innovation & Practice (2012)*, tais como pesquisa, desenvolvimento do conceito, seleção e refinamento, desenvolvimento técnico, produção e apresentação.

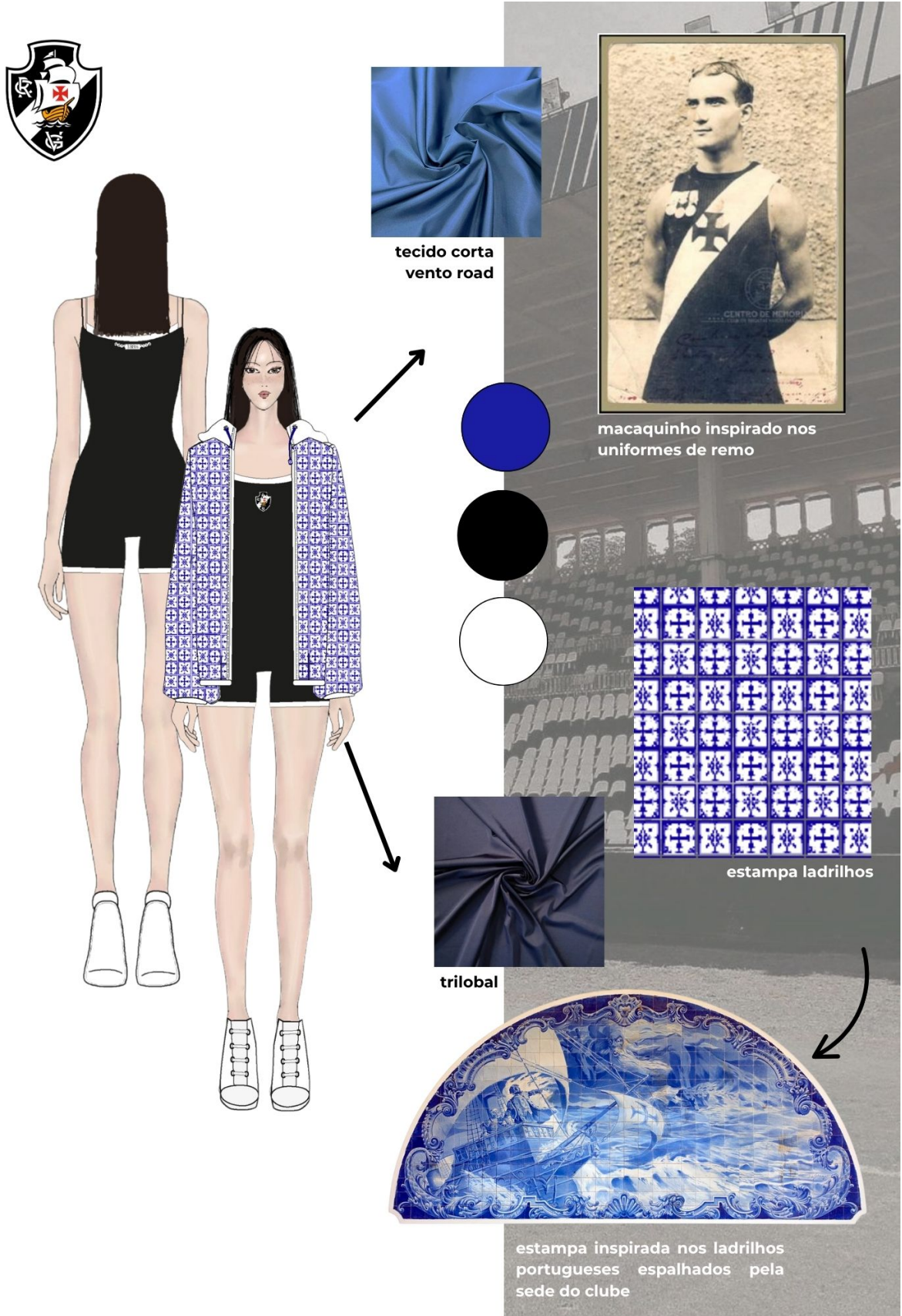
Abaixo, estão os *moodboards* dos dez *looks* da coleção contendo imagens usadas como referências visuais temáticas e técnicas para o design das peças.

Figura 49: Look 1



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 50: Look 2

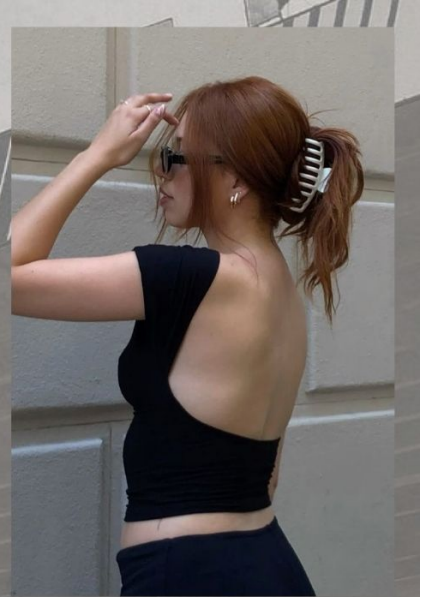


Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 51: Look 3



meryl



blusa com decote U nas costas



broche metalizado (costas)



calça baggy pespontada



sarja com elastano

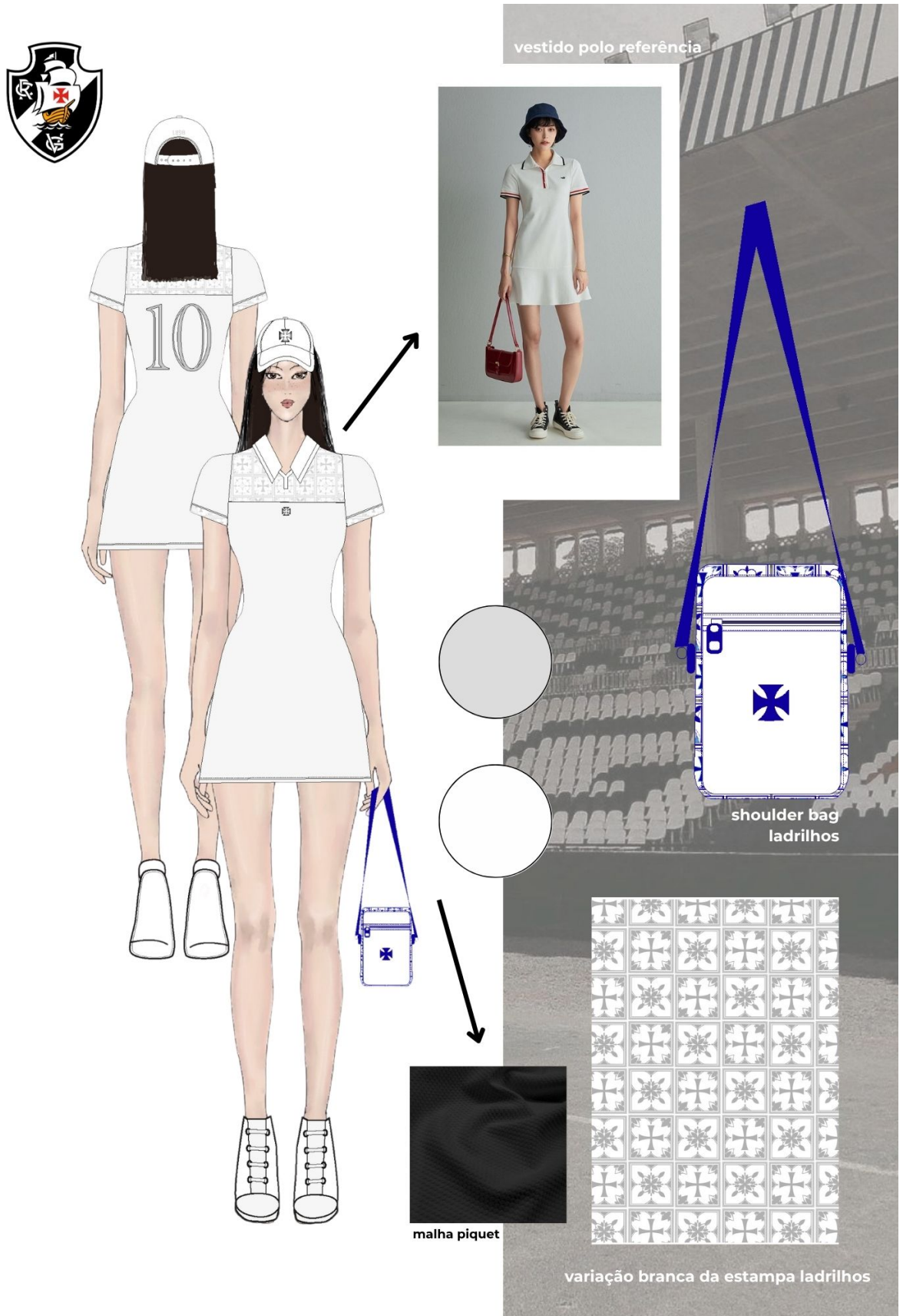
Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 52: Look 4



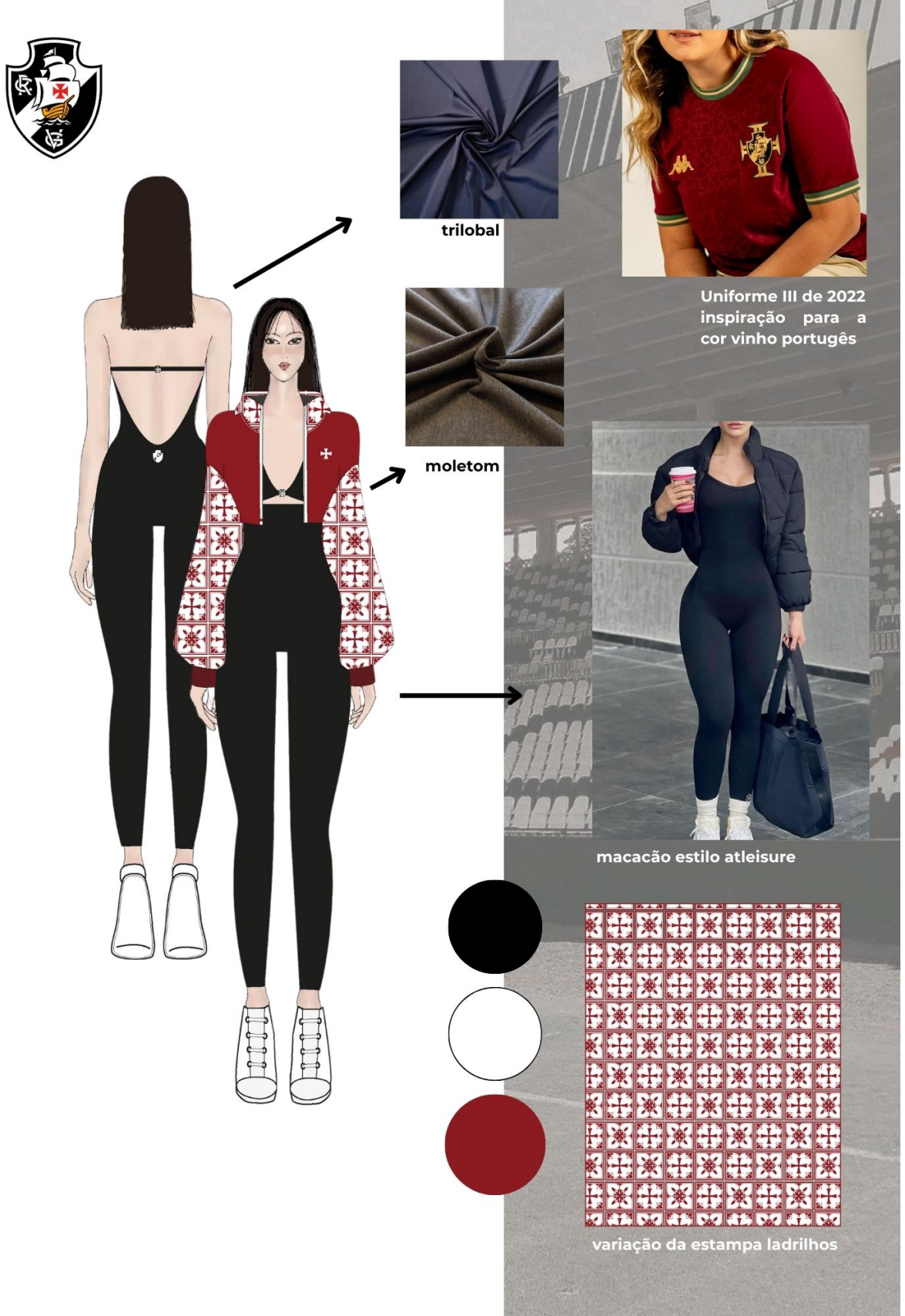
Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 53: Look 5



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 54: Look 6



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 55: Look 7



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 56: Look 8



Figura 57: Look 9

The image is a fashion design presentation for 'Look 9'. It features a central fashion illustration of a woman wearing a tan, short-sleeved, asymmetrical crop top and white shorts, with white sneakers. To the left is a smaller version of the same outfit. Above the illustration is a small crest. To the right, a large circular crest is shown with the text 'Primeiro escudo do clube (1898)'. Below it is a decorative tag with the year '1898' and the text 'Etiqueta "1898" ano de fundação do clube'. Further right, a photograph shows a person in a white and tan polo shirt with a red cross emblem, captioned 'Uniforme "100 anos da Resposta Histórica" inspiração para a camisa'. Below the illustration, two circular color swatches are shown: white and tan. To the right of these are two fabric swatches: a tan 'microfibra' and a white 'sarja com elastano'. At the bottom right, a photograph shows a woman in a red and black 'Fly Emirates' soccer jersey and black shorts, captioned 'look atleisure camisa + saia'. An arrow points from the '1898' tag to the fashion illustration, and another arrow points from the illustration to the 'sarja com elastano' fabric swatch.

grafismo do escudo antigo

Primeiro escudo do clube (1898)

1898

Etiqueta "1898" ano de fundação do clube

microfibra

Uniforme "100 anos da Resposta Histórica" inspiração para a camisa

sarja com elastano

look atleisure camisa + saia

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 58: Look 10



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 59: Moodboard da Coleção



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

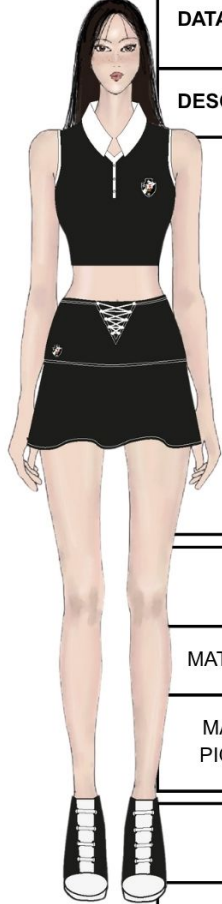
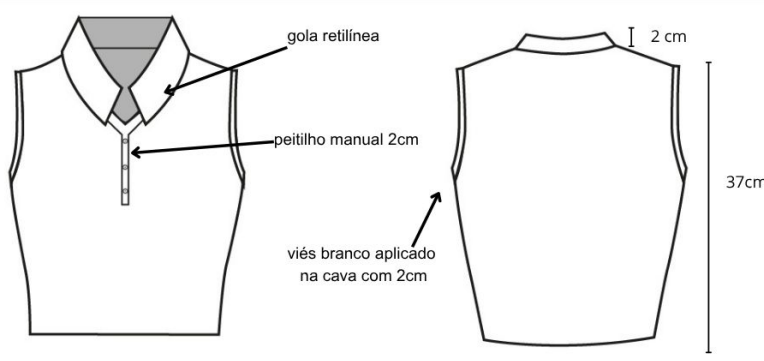



Após a criação dos dez looks, foram preenchidas fichas de desenvolvimento detalhando cada peça.

4.4.8 Fichas de Desenvolvimento

Para melhor entendimento de cada peça da coleção, foram elaboradas fichas de desenvolvimento para cada produto.

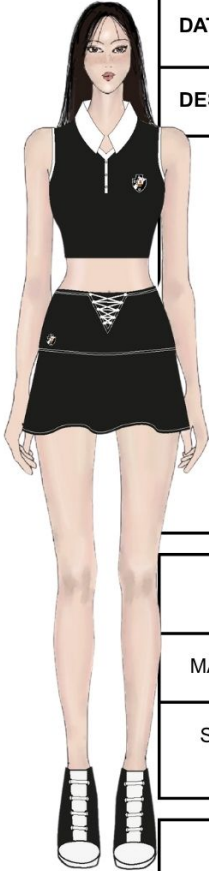
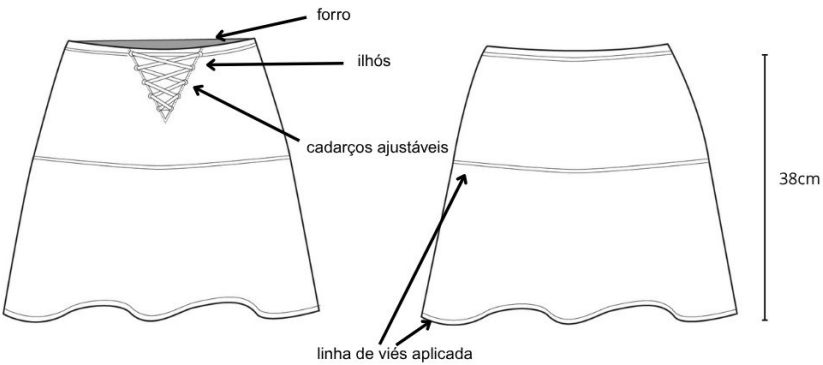




Em cada ficha, estão descritas informações básicas de identificação da peça como nome, coleção, data, designer, código e tamanho. Além de desenho técnico da frente e das costas de cada produto, tabela de tecidos incluindo material, especificação, cor e ilustração do tecido e uma tabela de aviamentos e enobrecimentos, com descrição do material, especificação, cor e ilustração.

Tabela 2: Look 1

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: CROPPED POLO	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: CR01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: CROPPED POLO COM ESCUDO DO VASCO BORDADO			
	 <p>gola retilínea</p> <p>peitilho manual 2cm</p> <p>viés branco aplicado na cava com 2cm</p> <p>2 cm</p> <p>37cm</p>		
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
MALHA PIQUET	50% ALGODÃO E 50% POLIÉSTER	PRETA E BRANCA	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESCUDO DO VASCO	BORDADO	PRETO E BRANCO	
BOTÕES	PEQUENO	BRANCO	

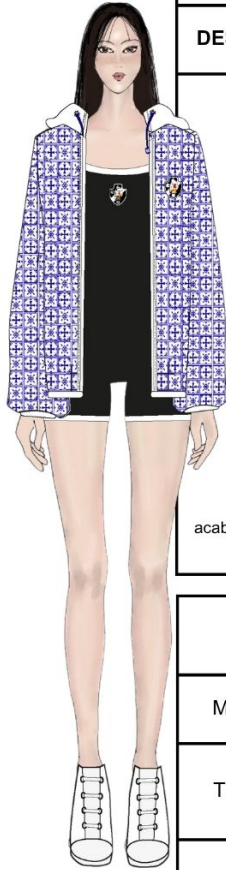
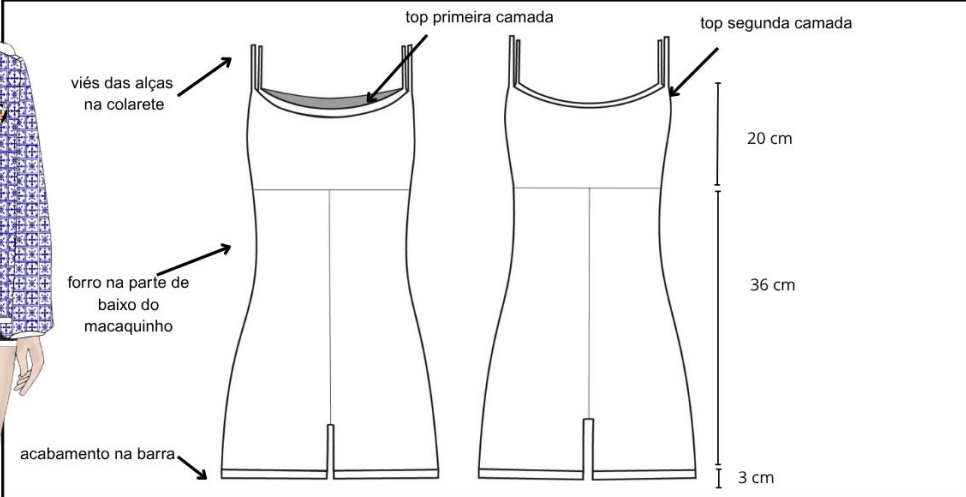



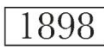
Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 3: Look 1

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: SAIA TENISTA	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: SA01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: SAIA ESTILO TENISTA COM ESCUDO DO VASCO BORDADO E CADARÇO BRANCO			
			
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
SUPLEX LIGHT	90% POLIÉSTER E 10% ELASTANO	PRETA	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESCUDO DO VASCO	BORDADO	PRETO E BRANCO	
CADARÇO	CÓS DA SAIA	BRANCO	
ILHÓS	CÓS DA SAIA	BRANCO	

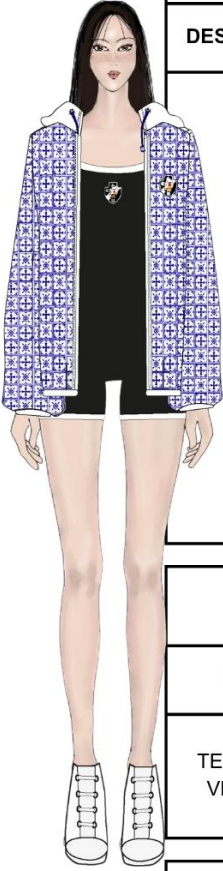
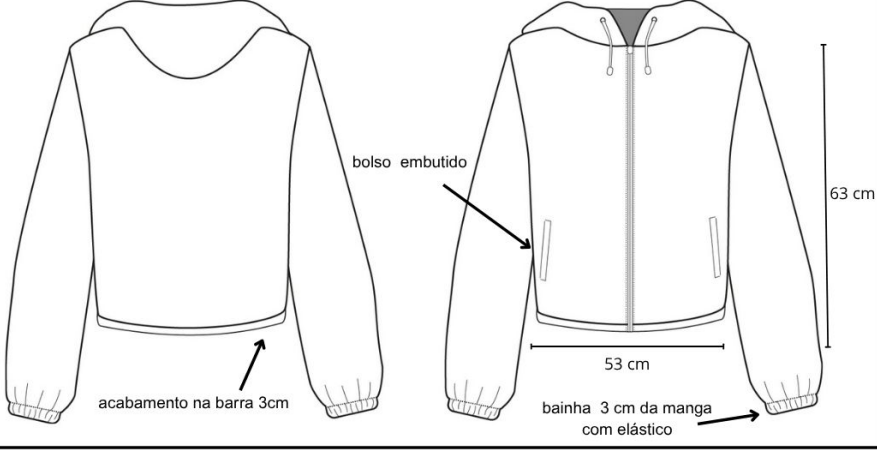






Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 4: Look 2

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: MACAQUINHO	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: MA01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: MACAQUINHO PRETO COM CÓS DUPLO			
			
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
TRILOBAL	85% POLIAMIDA E 15% ELASTANO	PRETO E BRANCO	
ROMANTIC	94% POLIÉSTER E 6% ELASTANO	PRETO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESCUDO DO VASCO	APLICAÇÃO	PRETO E BRANCO	
ETIQUETA 1898	APLICAÇÃO	BRANCO	


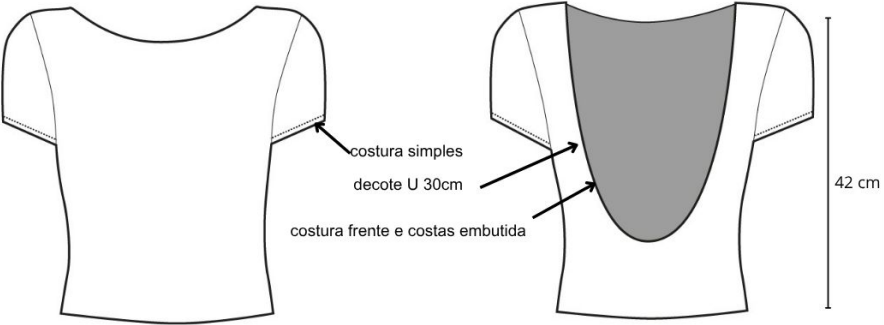


Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 5: Look 2

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: CORTA VENTO LADRILHOS	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: CA01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: CORTA VENTO COM ESTAMPA DE LÁDRILHOS PORTUGUESES			
			
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
TECIDO CORTA VENTO ROAD	100% POLIÉSTER	ESTAMPA DO E BRANCO	 
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
CADARÇO	CAPÚS	AZUL	
ILHÓS	CAPÚS	AZUL	
ELÁSTICO	MANGA	BRANCO	
ESCUDO DO VASCO	LADO ESQUERDO	-	







Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 6: Look 3

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: T-SHIRT DECOTE U	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: BL01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: T-SHIRT COM DECOTE U NAS COSTAS			
			
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
MERYL	92% POLIAMIDA E 8% ELASTANO	BRANCO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESCUDO DO VASCO	BORDADO	VINHO	

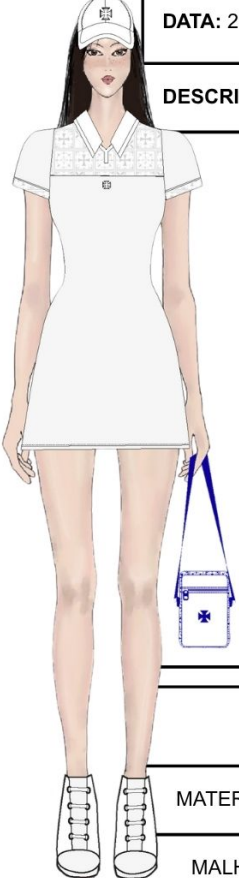
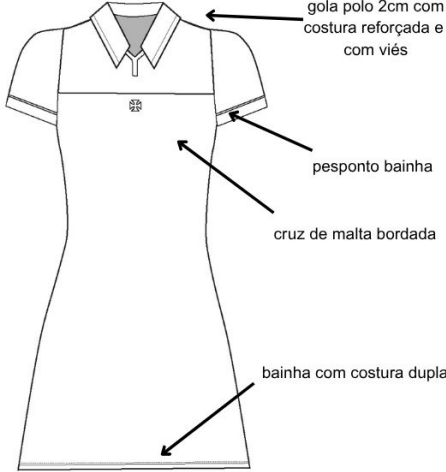
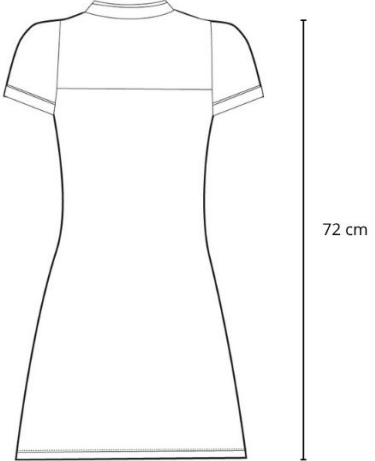
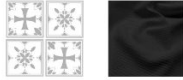



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 7: Look 3

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: CALÇA CARGO	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: CL01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: CALÇA CARGO COM PESPONTO BRANCO E BROCHE			
			
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
SARJA	97% SARJA E 3% ELASTANO	CINZA ESCURO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESCUDO DO VASCO	BROCHE METALIZADO	PRATA	
CRUZ DE MALTA	BROCHE METALIZADO PENDURADO	PRATA	
PESPONTO	COSTURA	BRANCO	-
ZÍPER	FECHO	METAL	

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 8: Look 4

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: VESTIDO POLO	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: VE01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: VESTIDO POLO COM ESTAMPA LADRILHO			
			
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
MALHA PIQUET	50% ALGODÃO E 50% POLIÉSTER	BRANCO E ESTAMPADO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
NÚMERO 10	BORDADO	PRATA	
CRUZ DE MALTA	BORDADO	PRATA	
BOTÃO	GOLA	BRANCO	

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 9: Look 4

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: SHOULDER LÁDRILHO	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: BO01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: VESTIDO POLO COM ESTAMPA LADRILHO			
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
NYLON	100% POLIAMIDA	BRANCO E ESTAMPADO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ZÍPER	PLÁSTICO	AZUL/ VINHO	
CRUZ DE MALTA	BORDADO	AZUL/ VINHO	
PUXADOR	PLÁSTICO	AZUL/ VINHO	
ALÇA	CCE	AZUL/ VINHO	

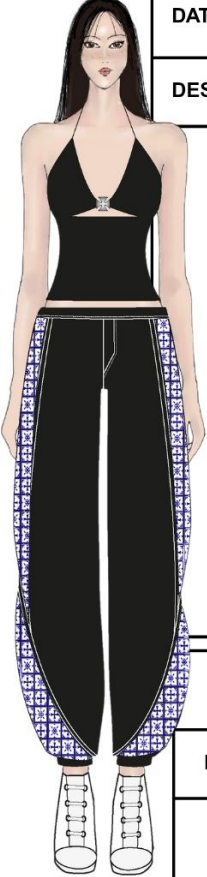
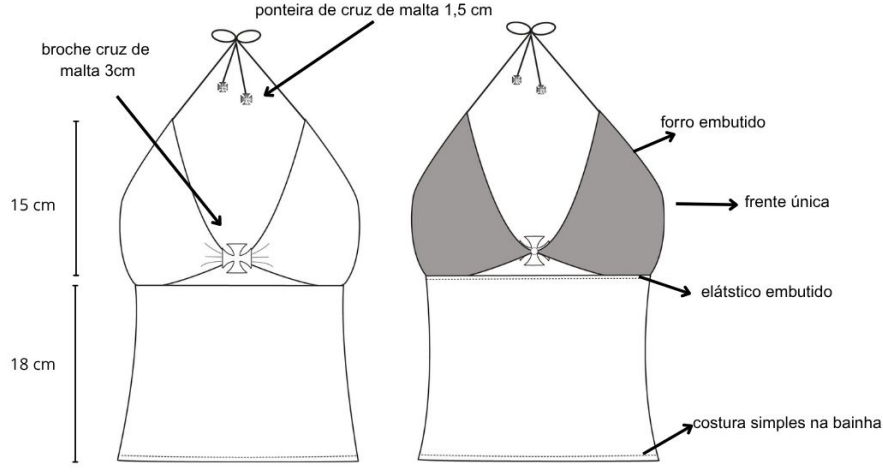




Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 10: Look 4

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: BONÉ CRUZ	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: BN01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: BONÉ BRANCO COM BROCHE			
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
BRIM	100% ALGODÃO	BRANCO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
BROCHE CRUZ DE MALTA	METALIZADA	PRATA	
FIVELA	REGULÁVEL DE PONTOS	BRANCO	

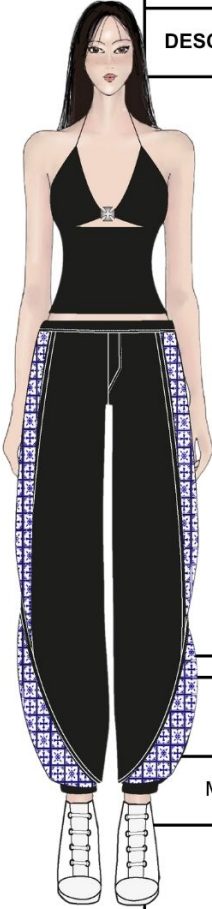

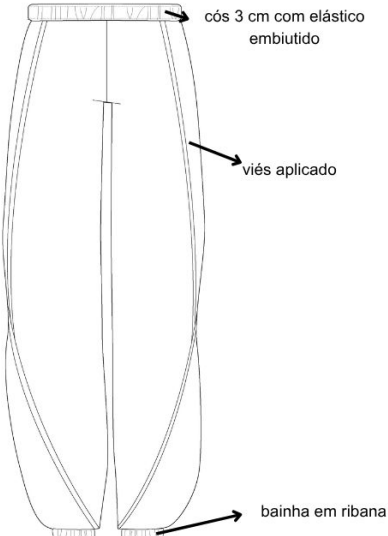




Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 11: Look 5

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: CROPPED CRUZ DE MALTA	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: CR02	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: CROPPED RECORTE CRUZ DE MALTA			
			
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
MERYL	92% POLIAMIDA E 8% ELASTANO	CINZA	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
CRUZ DE MALTA	BROCHE METALIZADO	PRATA	
PONTEIRA	CRUZ DE MALTA	PRATA	
ELÁSTICO	EMBUTIDO	BRANCO	


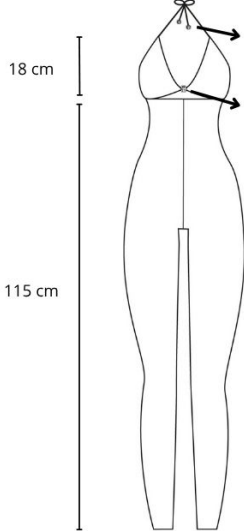
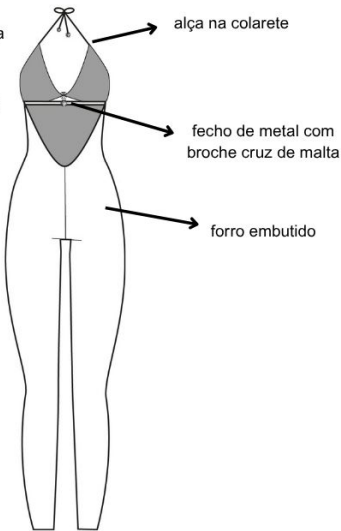





Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 12: :Look 5

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: CALÇA TACTEL	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: CL02	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: CALÇA TACTEL LINHAS BRANCAS			
			
	92 cm	braguilha falsa	cós 3 cm com elástico embiutido
			bainha em ribana
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
TACTEL	93% POLIÉSTER E 7% ELASTANO	PRETO E ESTAMPADO	 
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
CRUZ DE MALTA	BORDADO	BRANCA	
LINHAS VIÉS	APLICADA	BRANCA	-
PESPONTO	APLICADO	BRANCO	-
ELÁSTICO	CÓS	BRANCO	


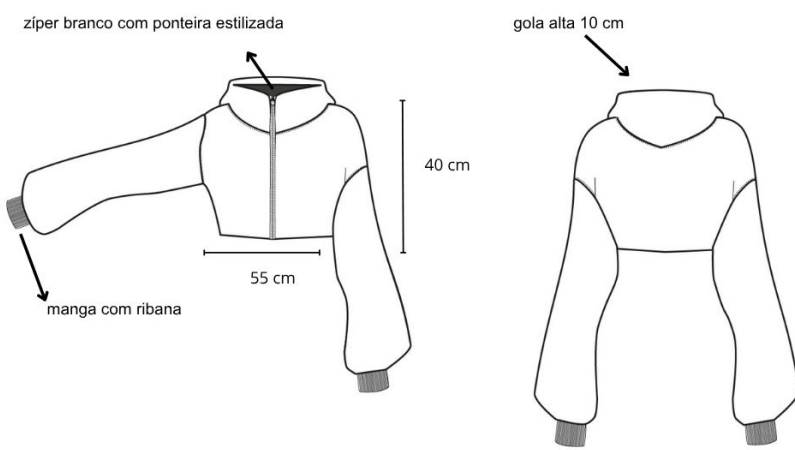





Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 13: Look 6

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: MACACÃO RECORTES	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: MA02	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: MACACÃO PRETO COM RECORTES			
			
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
TRIOBAL	85% POLIAMIDA E 15% ELASTANO	PRETO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESCUDO	BORDADO	BRANCO	
CRUZ DE MALTA	BROCHE METALIZADO	PRATA	
FECHO CRUZ DE MALTA	METALIZADO	PRATA	 


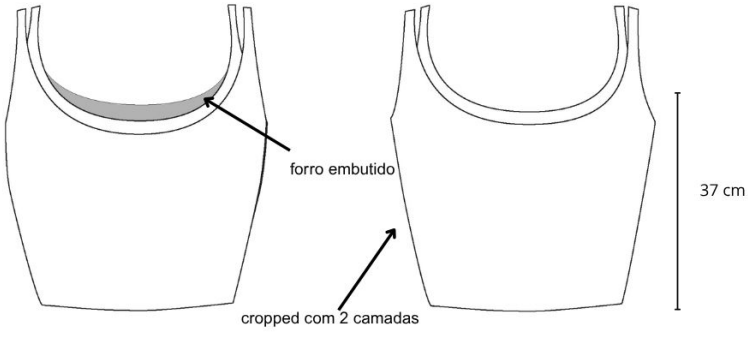


Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 14: Look 6

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: CASACO CROPPED	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: CA02	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: CASACO CROPPED LADRILHOS			
	<p>zíper branco com ponteira estilizada</p> <p>gola alta 10 cm</p> <p>40 cm</p> <p>55 cm</p> <p>manga com ribana</p> 		
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
MOLETOM	70% ALGODÃO E 30% POLIÉSTER	VINHO E ESTAMPADO	 
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
CRUZ DE MALTA	BORDADA	BRANCO	
ZÍPER	CASACO	BRANCO	
PONTEIRA	CRUZ DE MALTA	VINHO	


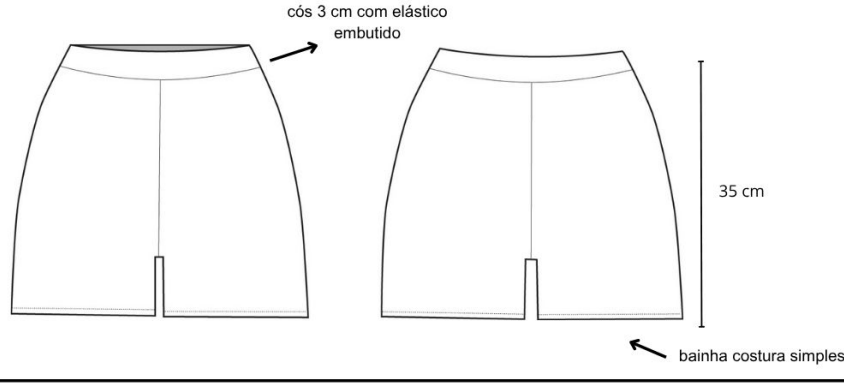

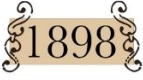


Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 15: Look 7

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: CROPPED DUPLO CÓS	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: CR03	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: CROPPED COM DUPLO CÓS E ESCUDO ANTIGO			
			
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
MERYL	92% POLIÉSTER E 2% ELASTANO	BRANCO E PRETO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
CRUZ DE MALTA	APLICADO	VINHO	
DUPLO TOP	FORRADO	PRETO	-

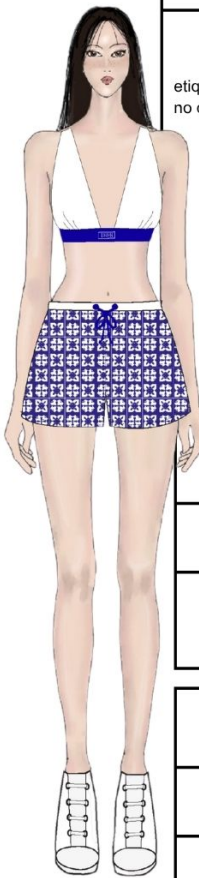
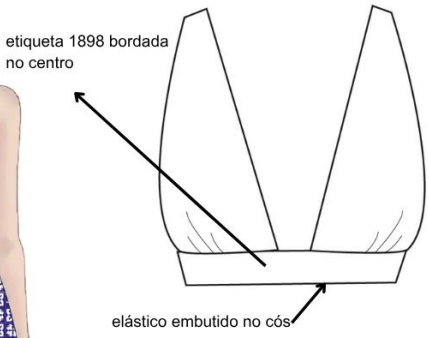
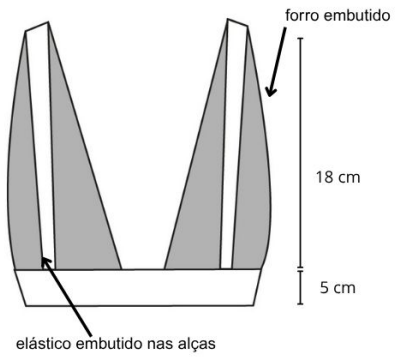

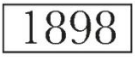


Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 16: Look 7

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: SHORT 1898	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: SH01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: SHORT SPORTWEAR VINHO			
	 <p>cós 3 cm com elástico embutido</p> <p>35 cm</p> <p>bainha costura simples</p>		
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
SUPLEX LIGHT	90% POLIAMIDA E 10% ELASTANO	CINZA ESCURO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ETIQUETA 1898	BORDADO	PRATA	
CRUZ DE MALTA	APLICADA	VINHO	
ELÁSTICO	EMBUTIDO	BRANCO	

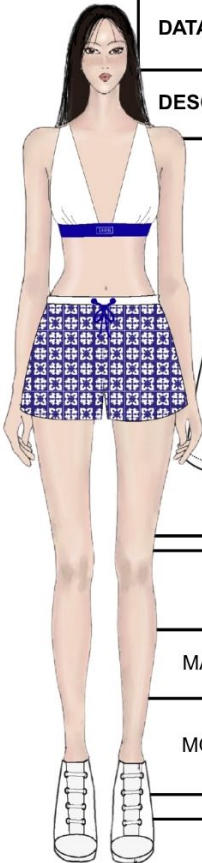
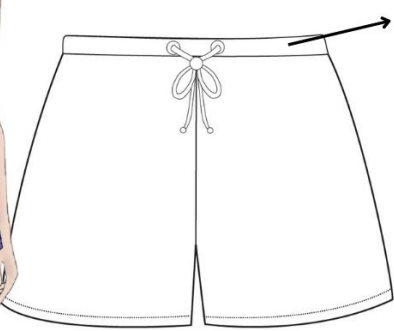
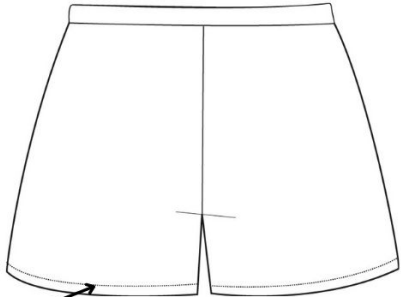


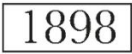


Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 17: Look 8

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: TOP BRANCO 1898	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: TP01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: TOP BRANCO 1989 FORRADO			
			
	TEBELA DE TECIDOS		
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
MERYL	92% POLIÉSTER E 2% ELASTANO	BRANCO E AZUL	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESTIQUETA 1898	BORDADO	BRANCA	
CRUZ DE MALTA	APLICADA	BRANCA	
ELÁSTICO	EMBUTIDO	BRANCO	

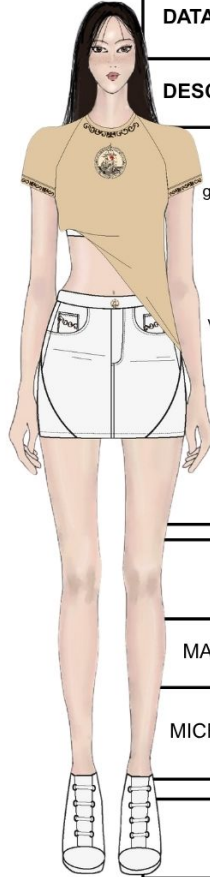
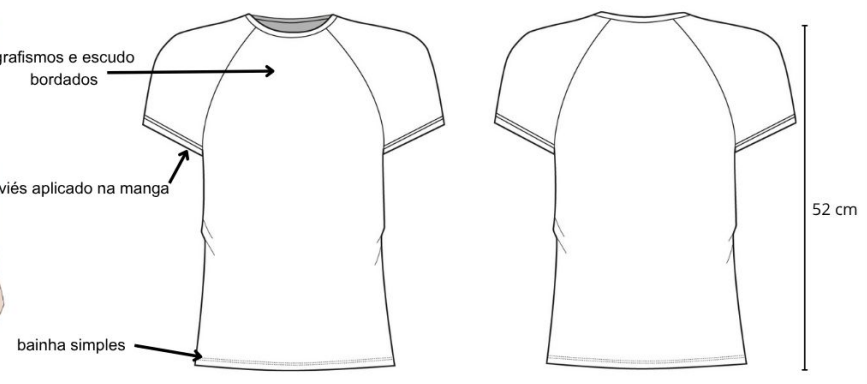



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 18: Look 8

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: SHORT LADRILHOS	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: SH02	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: SHORT COM ESTAMPA LADRILHOS			
			<p>cós com cadaço</p>  <p>3 cm</p> <p>35 cm</p>
	<p>costura simples na bainha</p>		
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
MOLETOM	70% ALGODÃO E 30% POLIÉSTER	AZUL E ESTAMPADO	 
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESTIQUETA 1898	BORDADO	BRANCA	
CRUZ DE MALTA	APLICADA	BRANCA	
ELÁSTICO	EMBUTIDO PARA O CÓS	BRANCO	

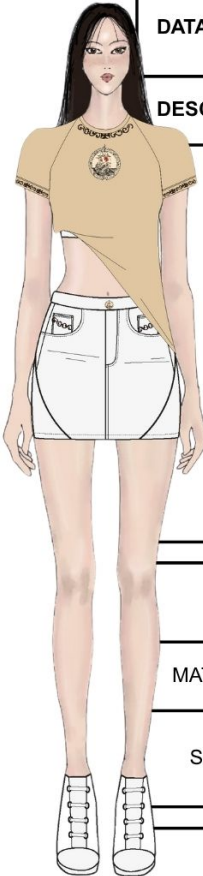
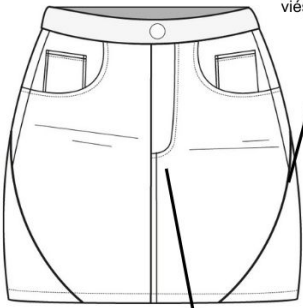


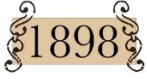


Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 19: Look 9

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: T-SHIRT BEGE	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: BL02	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: T-SHIRT BEGE ESCUDO ANTIGO			
	<p>grafismos e escudo bordados →</p> <p>viés aplicado na manga ↗</p> <p>bainha simples ↘</p>		
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
MICROFRIBA	100% POLIÉSTER	BEGE	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESCUDO	BORDADO	BEGE	
GRAFISMO	BORDADO	PRETO	

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 20: Look 9

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: SAIA BRANCA 1898	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: SA02	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: SAIA BRANCA 1898			
			
	<p>viés aplicado na lateral</p> <p>pesponto nos bolsos, na costura central e na braguilha</p>		
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
SARJA	97% SARJA E 3% ELASTANO	BRANCO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESTIQUETA 1898	BORDADO	BEGE	
LINHAS	APLICADA	PRETA	-
GRAFISMO	BORDADO	PRETO	
ZÍPER	FECHO	METAL	

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 21: Look 10

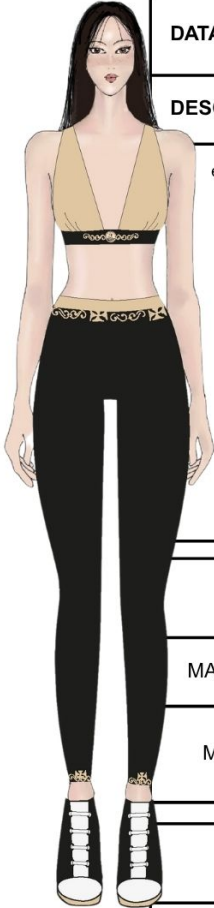
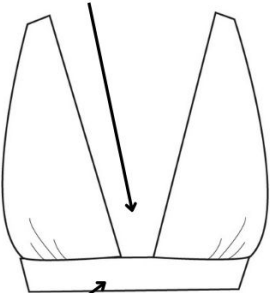
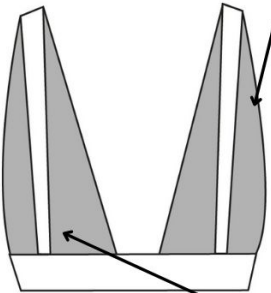








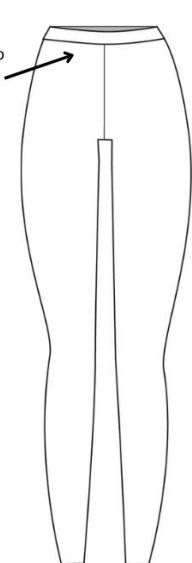
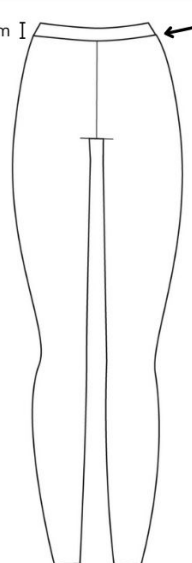



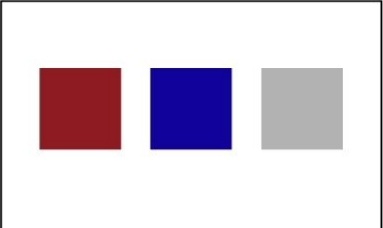
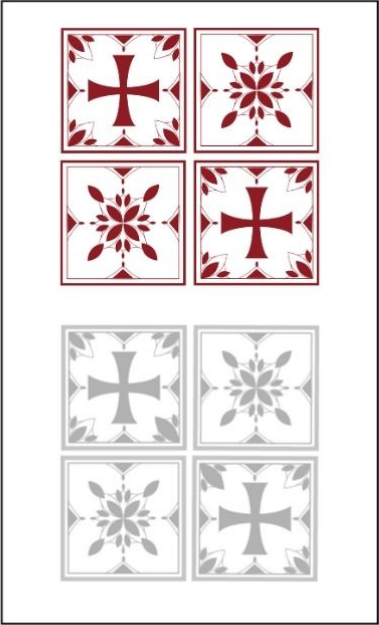
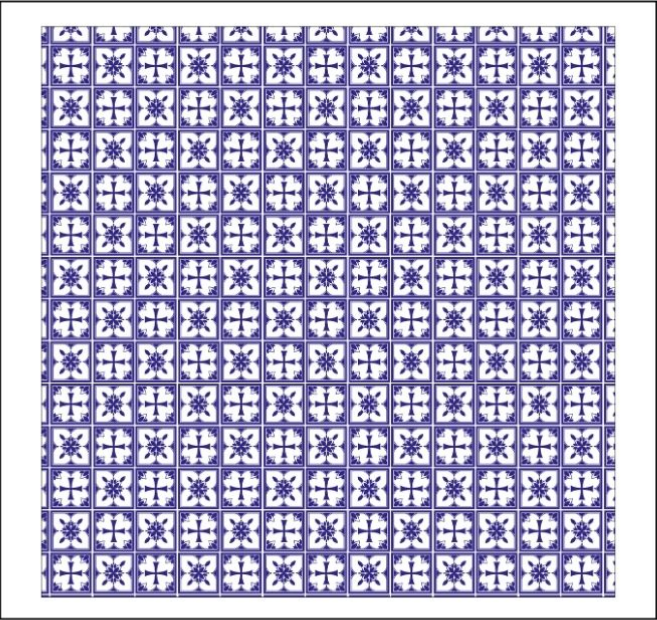
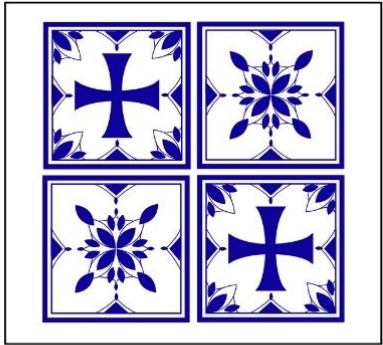
FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: TOP BEGE ESCUDO ANTIGO	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: TP02	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: TOP BEGE ESCUDO ANTIGO			
	escudo e grafismos bordados 		forro embutido 
	elástico embutido no cós 		elástico nas alças embutido 
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
MERYL	92% POLIÉSTER E 2% ELASTANO	BEGE E PRETO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESTIQUETA 1898	BORDADO	BEGE	
ESCUDO	BORDADO	BRANCA	
GRAFISMO	BORDADO	BRANCO	
ELASTICO	EMBUTIDO	BRANCO	

Tabela 22: Look 10

FICHA DE DESENVOLVIMENTO			
PEÇA: LEGGIGN GRAFISMOS	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: CL03	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: LEGGING PRETA COM GRAFISMOS EM BEGE			
	 <p>grafismo bordado abaixo do cós e na bainha</p>	 <p>3 cm I</p> <p>elástico embutido no cós</p> <p>92 cm</p>	
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
SUPLEX LIGHT	90% POLIAMIDA E 10% ELASTANO	PRETO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
GRAFISMOS	SUBLIMADOS	BEGE	
ELASTICO	EMBUTIDO CÓS	BRANCO	

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Tabela 23: Ficha estampa

FICHA DE DESENVOLVIMENTO ESTAMPA		
NOME DA ESTAMPA: LADRILHOS DA COLINA	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	TÉCNICA: DIGITAL
DIREÇÃO: ALEATÓRIO	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: 32 X 32
CORES	VARIAÇÕES	REPETIÇÃO DO RAPPORT
		
RAPPORT		
		

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

4.4.9 Desenvolvimento de Protótipo

O *look* escolhido para ser o protótipo deste trabalho foi o *look* 2. Ele conta com um macaquinho forrado com dupla camada de top que simula uma outra peça por baixo e conta com detalhe branco na barra. O corta vento foi feito na Microfibra 100% com sublimação da estampa Ladrilhos Portugueses na cor azul ladrilho. Os dois escudos foram bordados.

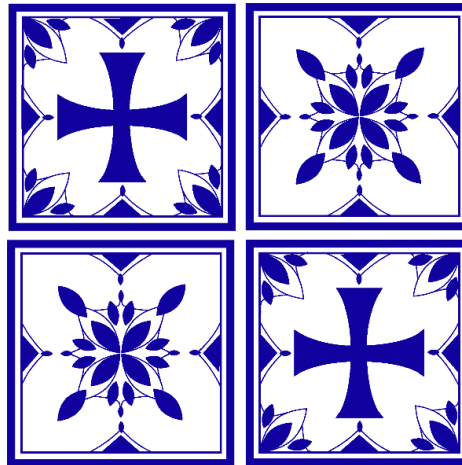
Figura 60: Look 2



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

O tecido do corta vento é diferente do projeto original por conta da viabilidade da sublimação do protótipo e o *rapport* na sublimação final ficou com proporções 8 x 8. Os ilhós também foram retirados do protótipo por conta da viabilidade de produção.

Figura 61: Rapport utilizado na sublimação



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Já o macaquinho foi feito no Trilobal com forro no tecido Romantic e a única alteração foi a etiqueta “1898”, na parte de trás, que foi retirada do protótipo devido a demora para produzir uma matriz de bordado unicamente para a peça.

O protótipo foi modelado e costurado por uma costureira contratada e o tamanho utilizado foi o Manequim 40 Draft com medidas aproximadas da tabela desenvolvida pelo professor Rogério Santinni a partir dos livros, Modelagem Plana Feminina (Fulco, 2024) e Moldes Femininos - Noções Básicas (Cavalheiro, 2003).

Tabela 24: Tabela de Tamanhos de referência

Partes do corpo		TAMANHOS					
		36	38	40	42	44	46
1	Busto	80	84	88	92	96	100
2	Distância de busto	16	17	18	19	20	21
3	Altura de busto	25	25,5	26	26,5	27	27,5
4	Altura do corpo Frente	41,8	42,3	42,8	42,3	43,3	43,8
5	Cintura	62	66	70	74	78	82
6	Quadril	88	92	96	100	104	108
7	Altura de quadril	19	19,5	20	20,5	21	21,5
8	Pescoço	34	35	36	37	38	39
9	Ombro	11	11,5	12	12,5	13	13,5
10	Punho	19	20	21	22	23	24
11	Compr. de manga	59	59,5	60	60,5	61	61,5
12	Largura Costas	34	35	36	37	38	39
13	Compr. de calça	103	104	105	106	107	108
14	Altura de gancho	24	24,5	25	25,5	26	26,5
15	Altura do joelho	57	57,5	58	58,5	59	59,5

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

4.4.10 Ficha técnica

Foram produzidas duas fichas técnicas referentes as duas peças do protótipo, o macaquinho e o corta-vento:

Figura 62: Ficha Técnica Macaquinho

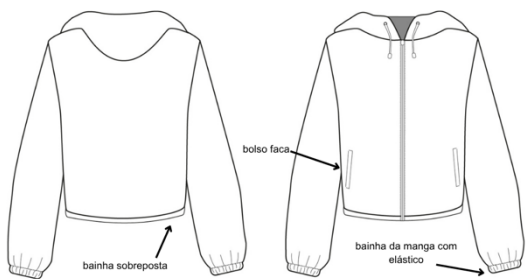
FICHA TÉCNICA			
PEÇA: MACAQUINHO	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: MA01	
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M	
DESCRIÇÃO: MACAQUINHO COM DUPLA CAMADA FORRADO			
TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
TRILOBAL	85% POLIAMIDA E 15% ELASTANO	PRETO	
ROMANTIC	96% POLIÉSTER 4% ELASTANO	PRETO	
TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
ESCUDO	BORDADO	PRETO E BRANCO	


SEQUÊNCIA OPERACIONAL	MÁQUINA
fechar gancho frente e costas unindo parte externa e forro	overlock
fechar laterais embutindo a costura	overlock
fechar entre pernas unindo frente e costas	overlock
unir entre pernas do acabamento da bainha	overlock
unir o acabamento ao macaquinho	overlock
aplicar viés decote costas e frente	colarete
aplicar viés na cava (ambos os tops)	colarete
fechar laterais (ambos os tops)	overlock
unir os 2 tops ao macaquinho embutindo um elástico na cintura	overlock
costura de apoio de 2cm na bainha tecido preto	colarete
dobrar e finalizar o acabamento da bainha do acabamento branco	overlock
bordar escudo no top preto	máquina bordadeira

MATERIAL	QUANTIDADE	COR	FORNECEDOR	CUSTO	TOTAL
TRILOBAL	1,5m	PRETO	ADAMÁ	R\$90/kg	R\$ 34,60
TRILOBAL	0,50m	BRANCO	ADAMÁ	R\$90/kg	R\$17,30
ROMANTIC	1,0m	PRETA	ADAMÁ	R\$13/m	R\$13
ELÁSTICO	2m	BRANCO	MAXIMUS TECIDOS	R\$ 13 /25m	R\$ 1,5
LINHA DE POLIÉSTER	1 U	PRETA	FLAWILL MAQUINAS	R\$ 4	R\$ 4
LINHA DE POLIÉSTER	1U	BRANCA	FLAWILL MAQUINAS	R\$ 4	R\$ 4
					R\$ 74,40

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 63: Ficha técnica corta vento

FICHA TÉCNICA		
PEÇA: CORTA VENTO LADRILHOS	COLEÇÃO: MULHERES DA COLINA	CÓDIGO: CA01
DATA: 23/05/2025	DESIGNER: GIOVANNA SCHEID	TAMANHO: M
DESCRIÇÃO: CORTA VENTO COM ESTAMPA DE LÁDRILHOS PORTUGUESES		
		

TEBELA DE TECIDOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
TECIDO MICROFIBRA	100% POLIÉSTER	ESTAMPA DO E BRANCO	

TEBELA DE AVIAMENTOS/ ENOBRECIMENTOS			
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	FOTO
CADARÇO	CAPÚS	AZUL	
ELÁSTICO	MANGA	BRANCO	
ZÍPER	PLÁSTICO	BRANCO	

SEQUÊNCIA OPERACIONAL	MÁQUINA
fazer casa do bolso	reta
revirar e fazer acabamento com o forro	reta
fechar laterais unindo frente e costas	reta
aplicar detalhe branco da barra	reta
costurar zíper no centro frente	reta
fechar ombros unindo frente e costas	reta
unir frente e costas do forro	reta
fechar ombros do forro	reta
unir parte externa e forro do capuz	reta
fazer caseado da parte externa (cadarço) e pregar o capuz	reta
fechar manga pelas laterais (externa e forro)	reta
preparar punho com elástico e costurar na parte externa	reta
aplicar bainha das mangas	reta
costurar forro da manga no forro do casaco	reta
costurar parte externa da manga na parte externa do casaco (fechando a cava em círculo)	reta
costurar laterais forro e externa deixando 10cm de espaço abaixo da cava (para revirar)	reta
costurar forro na barra	reta
fechar abertura	reta

MATERIAL	QUANTIDADE	COR	FORNECEDOR	CUSTO	TOTAL
MICROFIBRA	1,5m	ESTAMPADO	JLM TECIDOS	R\$16/m	R\$ 32
MICROFIBRA	1,5m	BRANCO	JLM TECIDOS	R\$16/m	R\$ 32
ELÁSTICO	2m	BRANCO	MAXIMUS TECIDOS	R\$ 13 /25m	R\$ 1,5
LINHA DE POLIÉSTER	1U	PRETA	FLAWILL MAQUINAS	R\$ 4	R\$ 4
LINHA DE POLIÉSTER	1U	BRANCA	FLAWILL MAQUINAS	R\$ 4	R\$ 4
					R\$ 73,50

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

4.4.11 Editorial

Figura 64: *Moodboard* Editorial



Para a realização do Editorial das peças produzidas, foi escolhido um local que remetesse ao tema da coleção. Portanto, o ensaio foi realizado em um campo de futebol na Ilha do Governador.

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

Figura 65: Moodboard Editorial



O ensaio contou com fotos do *look* protótipo completo, de cada peça separada e de detalhes da estampa e de enobrecimentos.

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2025)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo principal criar uma coleção de moda feminina para a loja do Clube de Regatas Vasco da Gama a Gigante da Colina. A partir da pesquisa de campo na loja do Vasco e em lojas online de clubes, foi possível observar que há uma disparidade grande entre produtos masculinos e femininos, tanto numericamente quanto em variedade de peças. Disparidade essa que não corresponde ao aumento do interesse feminino pelo futebol, como verificado nas pesquisas. Dessa forma, evidenciou-se a importância da criação de uma coleção para torcedoras do Vasco da Gama.

A partir das pesquisas com o público e das pesquisas de tendências os resultados obtidos demonstraram que o estilo mais adequado para o embasamento da coleção foi o *athleisure*, estilo que une o casual com o *sportwear*. A partir da definição do estilo das peças da coleção, foi feito um levantamento das referências históricas e visuais do Vasco da Gama que foi fundamental para chegar ao conceito base da coleção desenvolvida. A respeito das peças desenvolvidas, em um trabalho futuro, seria relevante criar produtos como canecas, copos, chinelos e toalhas que também são vendidos nas lojas Gigante da Colina

Durante o trabalho, houve limitações atreladas a pesquisas de dados sobre o consumo de produtos de futebol tanto por mulheres como por homens, além da pouca disponibilidade de dados sobre o público consumidor desse esporte.

Por fim, conclui-se que a coleção feminina desenvolvida reforça a visibilidade feminina dentro do âmbito do Futebol, espaço tradicionalmente ocupado por homens, e exalta as torcedoras do clube com peças pensadas e desenhadas exclusivamente para mulheres. Sugere-se, como perspectivas futuras, a pesquisa e a criação de novas coleções de lojas de clubes de futebol voltadas para o público feminino

Espera-se que este estudo possa servir como base para novas discussões dentro do campo da desigualdade entre torcedores e torcedoras no esporte, sobretudo no nicho do varejo de moda feminina em lojas de clubes de futebol.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR-6023**: Informação e documentação: Referência: Elaboração. São Paulo, 2018.

_____. **NBR-6024**: informação e documentação: Numeração progressiva das seções de um documento escrito: Apresentação. São Paulo, 2012.

_____. **NBR-6027**: Informação e documentação: Sumário: Apresentação. São Paulo, 2012.

_____. **NBR-6028**: Informação e documentação: Resumo: Apresentação. São Paulo, 2021.

_____. **NBR-6034**: Informação e documentação: Índice: Apresentação. São Paulo, 2004.

_____. **NBR-10520**: Informação e documentação: Citações em documentos: Apresentação. São Paulo, 2002.

_____. **NBR-14724**: Informação e documentação: Trabalhos Acadêmicos: Apresentação. São Paulo, 2011.

ÁPICE. ÁPICE divulga dados exclusivos do mercado de produtos esportivos piratas no Brasil. [S. l.], 2024. Disponível em: <https://www.apicebrasil.org.br/apice-lanca-estudo-sobre-o-consumo-de-artigos-esportivos-piratas-no-brasil>. Acesso em: 8 abr. 2025.

BARNISCHER, Stephanie. Previsão O/I 26/27: moda esportiva – diversão livre. **WGSN**, 26 nov. 2024. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/6708e5937514acab580ef285?lang=pt>. Acesso em: 22 abr. 2025.

BARDSLEY, Charlie. Previsão P/V 27: moda esportiva – Materiais. **WGSN**, 14 abr. 2025. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/67d2c5c714a8a25cd9d70b48>. Acesso em: 22 abr. 2025.

BOTAFOGO DE FUTEBOL E REGATAS. Feminino 25/26 – Linha de Jogo. *Botafogo Store*, [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://store.botafogo.com.br/linha-oficial-25-26/linha-de-jogo-25-26/feminino-25-26>. Acesso em: 10 jun. 2025.

, CAVALHEIRO; Rosa Marly. **Moldes Femininos - Noções Básicas**, Senac Nacional S.P. 2003

CLUB DE REGATAS VASCO DA GAMA. Linha do tempo. *Vasco da Gama*, [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://vasco.com.br/linha-do-tempo/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

COSTA, Leda. As arquibancadas da torcedora. A presença feminina nos estádios brasileiros. **UOL**, 22 jul. 2017. Disponível em: <https://blogdojuca.uol.com.br/2016/07/as-arquibancadas-da-torcedora-a-presenca-feminina-nos-estadios-brasileiros/#?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 22 set. 2016

FLUMINENSE FOOTBALL CLUB. Feminino. *Loja Fluminense*, [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://loja.fluminense.com.br/feminino?O=OrderByReleaseDateDESC>. Acesso em: 10 jun. 2025.

FONTES, Leandro Tavares. **Vasco: o clube do povo — uma polêmica com o flamenguismo (1923–1958)**. Rio de Janeiro: Livrosdefutebol, 2020.

FULCO, Paulo. **Modelagem Plana Feminina**, Senac Nacional, S.P. 2004

HELAL, Ronaldo. **A paixão pelo futebol: consumo e identidade**. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 23, n. 67, p. 153-166, out. 2008.

HO, Bryan. From Prada x Adidas to Nike x Sacai: revisit the best fashion sportswear collaborations. **Vogue Singapore**, 17 jul. 2024. Disponível em: <https://vogue.sg/fashion-sportswear-collaborations/>. Acesso em: 22 abr. 2025.

KAPPA. Woman. [s.d.]. Disponível em: <https://www.kappa.com/pages/woman>. Acesso em: 11 jul. 2025.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 17. ed. São Paulo: Pearson, 2020.

IBOPE REPUCOM. O interesse médio feminino por esporte cresce desde 2020. *Ibope Repucom*, [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://www.iboperepucom.com/br/noticias/o-interesse-medio-feminino-por-esporte-cresce-desde-2020/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

MCKELVEY, Kathryn; MUNSLOW, Janine. **Fashion Design: Process, Innovation & Practice**. 2. ed. Chichester: Wiley, 2012.

PINHEIRO, Marcel. [Depoimento concedido a] Marinho Saldanha. Artigos de luxo: camisas de futebol são caras e inspiram opções no mercado. **UOL**, São Paulo, 9 abr. 2024. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2024/04/09/artigos-de-luxo-camisas-de-futebol-sao-caras-e-inspiram-opcoes-no-mercado.htm>. Acesso em: [20 de abr. 2025].

SALDANHA, Marinho. Artigos de luxo: camisas de futebol são caras e inspiram opções no mercado. **UOL Esporte**, 9 abr. 2024. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2024/04/09/artigos-de-luxo-camisas-de-futebol-sao-caras-e-inspiram-opcoes-no-mercado.htm>. Acesso em: 8 abr. 2025.

SEBRAE. Mix de Produtos: A escolha certa do portfólio de produtos da sua marca. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://sebrae.com.br/>. Acesso em: [14 de jun. 2025].

SILVA, Giovanna. Menos de 17% dos produtos nas lojas dos clubes cariocas são destinados ao público feminino. *Jornalismo Rio ESPM*, [S. l.], 24 maio 2023. Disponível em: <https://jornalismorio.espm.br/sem-categoria/menos-de-17-dos-produtos-nas-lojas-dos-clubes-cariocas-sao-destinados-ao-publico-feminino/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

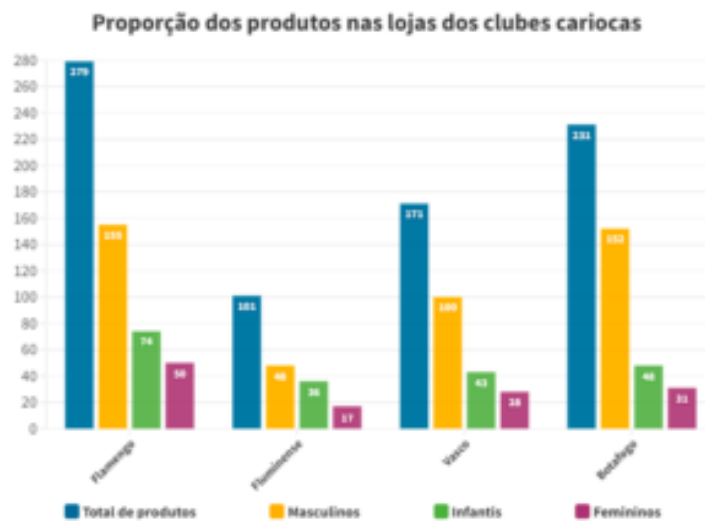
TREPTOW, Doris. **Inventando moda: Planejamento de coleção**. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013. p 2

VASCO BOUTIQUE. Feminino – Casual. *Vasco Boutique*, [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://www.vascoboutique.com.br/casual/feminino>. Acesso em: 10 jun. 2025.

ANEXO

Matéria publicada no Portal ESPM Jornalismo.

As lojas oficiais dos 4 maiores clubes cariocas apresentam em seus catálogos menos de 17% dos produtos de vestuário destinados ao público feminino. O Botafogo é o lanterna na lista, com apenas 13,42%, seguido pelo Vasco, com 16,37%, Fluminense, com 16,83% e Flamengo, com 17,82%.

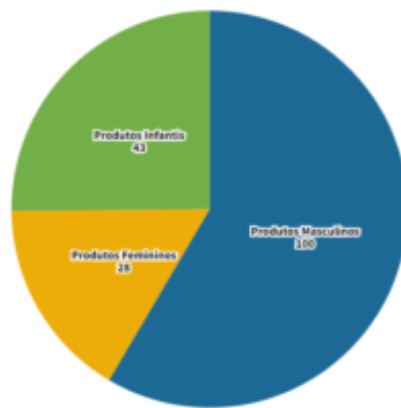


O número de produtos masculinos nas lojas dos clubes cariocas é, em média, 3,62 vezes maior do que a quantidade de peças femininas, enquanto o de infantis é 1,53 vezes maior do que o de produtos para mulheres adultas. Esses números não representam a proporção de gênero entre os consumidores do esporte. Nos últimos anos, o público feminino no futebol tem crescido constantemente, principalmente em decorrência dos grandes eventos do Futebol Feminino, como a Copa do Mundo de 2019, na França, primeira edição a ser transmitida pela Globo.

Curiosamente, no ano passado (2020), um movimento originado no Twitter por duas torcedoras do Cruzeiro levantou a hashtag “MantoDasMina” e trouxe esse debate para as redes sociais. Na ação, as torcedoras pediam que os produtos femininos fossem fáceis de encontrar como os masculinos, que tivessem linhas completas e disponibilidade de todos os tamanhos. A ideia ganhou grandes proporções e diversas torcedoras ao redor do Brasil aderiram a essa causa, principalmente após o movimento ganhar visibilidade em grandes veículos de notícias do esporte.

Torcedora do Vasco e representante da torcida vascaína no Manto das Mina, Nicoli Yasmin, de 18 anos, acredita que o problema não se limita apenas às lojas oficiais dos clubes, mas se expande também para as lojas de departamentos e de materiais esportivos. “O motivo é que, talvez, alguns setores ainda não tenham entendido o papel e a proporção que as mulheres ocupam no consumo do futebol hoje em dia. É uma luta de muito tempo, mas que vem ganhando relevância, e ainda falta uma preocupação do mercado em voltar o olhar para a torcedora também como consumidora”, conclui Nicoli. A Shop Vasco, loja oficial do clube, por exemplo, tem apenas 28 produtos femininos entre os 171 produtos de vestuário disponíveis.

Número de produtos por categoria na Shop Vasco



Dados do Estudo de Mercado de Consumo do Futebol Brasileiro, feito pelo Consórcio Nacional de Dirigentes e Lojistas em parceria com o SPC Brasil, apontados no gráfico abaixo, mostram que, em 2016, ano em que foi feito o estudo, 43,9% dos homens disseram comprar camisas de seu time. Já a porcentagem de mulheres que também disseram comprar camisas de time foi de 33%, uma diferença relativamente pequena, o que descarta a possibilidade de uma justificativa mercadológica para essa assimetria de tratamento. Em 2021, mesmo após o aumento do interesse feminino pelo futebol, a proporção das camisas de time masculinas e femininas nas lojas dos clubes cariocas ainda está muito longe de ser próxima à proporção de gênero entre os consumidores.

Consumo de produtos do clube do coração por gênero



CNDL e SPC Brasil (2016).

APÊNDICE

Formulário de pesquisa com o público-alvo realizado via Google Docs.

- 1) Nome:
- 2) Idade:
- 3) Profissão/ Ocupação:
- 4) Há quanto tempo torce para o Vasco da Gama?
- 5) Consome roupas do clube?
- 6) Conhece a loja Gigantes da Colina?
- 7) Já comprou na loja Gigantes da Colina?
- 8) Qual sua opinião sobre as roupas femininas da Gigantes da Colina?
- 9) O que você sente falta de ver na seção de produtos femininos da loja?
- 10) Quais tipos de roupas esportivas de time (ou não) que você mais usa/ tem vontade de usar?
- 11) Em quais ocasiões você usa roupas do Vasco? Jogo, academia, para sair...
- 12) Quais estilos de roupas você costuma usar? Quais dos estilos abaixo você mais se identifica?
- 13) Dentre as marcas abaixo, qual você mais usa/ gosta?

Moodboards da pesquisa

Quais estilos de roupas vc costuma usar? Quais dos estilos abaixo vc mais se identifica?

tradicional casual



casual esportivo



streetwear



streetstyle



Dentre as marcas abaixo, qual vc mais usa/ gosta?

